

Bachelor

Plus qu'un diplôme,
une expérience.

Marketing & Développement

Commercial

Titre RNCP de niveau II

BAC +3

Cursus Spécialisé «Marketing» en 12 mois après un BAC+2

Ce cycle intensif est conçu spécialement pour ceux qui souhaitent acquérir l'ensemble des fondamentaux qui préparent aux métiers de la vente et du marketing et bénéficier de l'expérience des challenges et des stages en entreprises. Une année pour devenir un vrai spécialiste de la conquête et de la fidélisation des clients.

Le cursus est sanctionné par le titre certifié de «Responsable marketing opérationnel» enregistré au RNCP au niveau II, sous l'autorité de C3 Institute (Fiche 20504 - code 312p au JO du 29/11/2014).

Débouchés professionnels

Le responsable marketing opérationnel a la possibilité d'exercer ses fonctions dans de nombreuses entreprises.

Dans le secteur de la grande distribution : responsable de la performance marketing, chef de produit, chargé d'études marketing, consultant marketing

Dans le secteur du marketing direct : chef de produit marketing, responsable d'études marketing, chef de marque, chef de marché

Dans le secteur du B to B : le buzz marketing, le marketing interactif et communautaire de nouvelles spécialisations pour de nouveaux métiers.



Votre

profil

- ▶ Sens de l'organisation ▶ Dynamisme et prise d'initiative
- ▶ Sens des responsabilités ▶ Adaptabilité

Des compétences

- Analyser les activités de l'entreprise
- Contrôler les résultats
- Analyser des problématiques de management
- Etablir un plan marketing
- Gérer une équipe commerciale

● Synopsis du programme

Analyse des marchés	Veille concurrentielle Diagnostic et stratégies marketing Comportement du consommateur
Développement des ventes	CRM Négociation Marketing relationnel – viral – marketing direct
Mix marketing	Merchandising Communication Politique de prix Développement international
Outils de pilotage	Management de projet Organisation et planification Gpec
Stratégie e-commerce	Cross-canal Gestion e-commerce
Communication	Ecriture et orale Anglais Jeux d'entreprise

Capacités visées

Réaliser des études de marchés

- Etudier des marchés et des secteurs d'activités
- Analyse de caractéristiques de produits
- Identification et analyse de concurrents de marchés

Analyser des positionnements d'offres et de produits

- Etude de stratégies de positionnements d'offres
- Etude de clientèles cibles

Concevoir des actions de marketing opérationnel

- Conception d'actions de marketing opérationnel
- Réalisation de budgets prévisionnels d'opérations
- Présentation de propositions d'actions

Piloter des réalisations d'opérations et d'actions marketing

- Programmation et planification des déroulements d'actions
- Management d'équipes et de prestataires
- Suivi de déroulements d'opérations

Valoriser des impacts d'actions de marketing opérationnel

- Analyse de retombées et d'impacts d'actions de marketing
- Valorisation de résultats d'actions de marketing opérationnel

● Organisation de l'année



Cours théorique et TP

Stages en entreprise

Challenges

Conditions d'admission

La formation est ouverte aux candidats titulaires d'un bac+2 validé ou ayant suivi un enseignement de niveau III, ou personnes pouvant justifier de 3 années d'expérience dans le secteur. Qualités requises : sens des responsabilités, esprit et faculté d'analyse. La sélection se fait sur étude du dossier de candidature et entretien individuel de motivation.

Fiche RNCP



ADMTC



FDM Groupe
7 avenue José Nobre
ZI Ecopolis Sud
13500 Martigues

@ contact@fdm-consultants.fr
☎ 04 42 43 61 38