

BAC +3 R.M.2.C.

Responsable Marketing Commerce et Expérience Client



© FOTOLIA 80123240



Formation en 1 an, par **alternance**

(511 heures)



Conditions d'accès, qualités requises

• Être titulaire d'un BAC +2 (BTS, DUT, L2) ou être titulaire d'un BAC et justifier d'une expérience professionnelle de 3 ans dans le milieu du commerce.

L'admission est prononcée selon :

- Une étude du dossier et un entretien individuel de motivation.



Perspectives professionnelles

Responsable marketing opérationnel, Chef de produit, Chargé de communication, Chef de projet marketing opérationnel, Chargé de promotion, Webmarketeur, Chargé de trade marketing...

Certification Professionnelle de niveau 6 en partenariat avec **C3**

Institute (Antony 92)

Code NSF 312

Publiée au RNCP le 10/02/2021 avec effet jusqu'au 10/02/2023, sous l'autorité de C3 INSTITUTE. Certification accessible via le dispositif VAE RM2C : numéro de fiche RNCP 35261.



Locaux accessibles aux Personnes à Mobilité Réduite

EN CONTRAT D'APPRENTISSAGE OU EN CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Vous alternez 1 semaine en formation avec 2 à 3 semaines en entreprise.

Tarif

Les frais de formation sont pris en charge par l'OPCO suivant les branches professionnelles et selon les recommandations tarifaires de France Compétences et/ou OPCO.

EN STAGE ALTERNÉ

Possibilité de suivre la formation sous statut étudiant en stage alterné d'une durée minimale de 6 mois. Gratification versée par l'entreprise, selon les textes en vigueur.

Tarif

Les frais de formation sont à la charge de l'étudiant.
3 400 € en 2021/2022.



Comment s'inscrire ?

Inscriptions à partir du 03 janvier 2022

Compléter un dossier d'inscription et le retourner avec les documents suivants :

- Une photo d'identité
- Un CV récent
- Une lettre de motivation à destination de l'entreprise
- Tout autre document précisé dans la procédure d'inscription



02 41 81 42 01

campus-alternance@gscsls.com
campus-tempsplein@gscsls.com



BAC+3 R.M.2.C - Responsable Marketing Commerce et Expérience Client



Objectifs du métier

La formation vous prépare à mettre en œuvre la stratégie marketing, e-marketing et multicanal d'une entreprise et d'assurer le suivi des projets on line, off line et mobile. Vous contribuerez à l'optimisation, au développement des ventes et à la rentabilité de l'entreprise.



Le programme

BLOC 1 : RÉALISER DES ÉTUDES DE MARCHÉS ANALYSE DES MARCHÉS - U1

Veille concurrentielle et stratégique, études et recherches marketing, stratégie marketing (outils et diagnostic).

BLOC 2 : CONTRIBUER À LA DÉFINITION DE LA STRATÉGIE MARKETING ET COMMERCIALE STRATÉGIE MARKETING ET COMMERCIALE - U2

Développement de la stratégie marketing, Mix marketing politique produits et marques, politique de distribution merchandising, plan de communication et plan média, plan marketing, relation-expérience client.

MARKETING DIGITAL- U3

Enjeux du marketing digital, construire un plan marketing digital social média, marketing d'influence, stratégie Marketing digital : inbound marketing et content marketing.

MARKETING MOBILE - U4

Stratégie cross/omni-canal, web to store, relation

client 360°, e-CRM, stratégie marketing digital, inbound marketing et content marketing, plan marketing digital.

NÉGOCIATION COMMERCIALE- U5

Négociation et gestion de portefeuille, leviers et outils de la CRM.

BLOC 3 : PILOTER LE PLAN D'ACTION MARKETING ET COMMERCIAL PILOTAGE ET PERFORMANCE - U6

Fondamentaux du pilotage, pilotage commercial, pilotage des actions, performance on line.

BLOC 4 : MANAGER ET DÉVELOPPER UNE ÉQUIPE COMMERCIALE/MARKETING OPÉRATIONNELLE MANAGEMENT- U7

Le rôle du manager marketing ou commercial, animation d'une équipe, performance d'une équipe

COMPÉTENCES TRANSVERSALES : ANGLAIS

Séjour linguistique à l'étranger



Modalités d'évaluation des blocs de compétences et épreuves

BLOC 1

Contrôle Continu
+
Étude de marché

BLOC 2

Contrôle Continu
+
Plan d'actions commerciales

BLOC 3

Contrôle Continu
+
Business Game

BLOC 4

Rapport d'expérience
+
jeux de rôles Management

BLOCS 1, 2, 3, 4

Grand oral



Objectif général de la formation	<ul style="list-style-type: none"> - Préparer les étudiants à la certification professionnelle de niveau 6 "Responsable Marketing Opérationnel - Bachelor Chargé du Développement Commercial" - Délivrer les savoirs en relation avec les attentes de la certification - La formation vous prépare à mettre en oeuvre la stratégie marketing, e-marketing et multicanal d'une entreprise et d'assurer le suivi des projets on line, off line et mobile. Vous contribuerez à l'optimisation, au développement des ventes et à la rentabilité de l'entreprise. - Favoriser la poursuite d'études ou l'intégration professionnelle 		
Durée de la formation	10 mois		
Débouchés professionnels	Responsable marketing opérationnel - Chef de produit - Chargé de communication - Chef de projet marketing opérationnel - Chargé de promotion - Webmarketeur - Chargé de trade marketing		
Poursuite d'études	Master, Certification professionnelle de niveau 7		
Prérequis	<ul style="list-style-type: none"> ■ Etre titulaire d'un BAC +2 (BTS, DUT, L2...) ou titulaire d'un niveau 5 ■ Avoir satisfait aux tests d'entrée et à l'entretien de motivation ■ Avoir le sens de l'organisation et des responsabilités ■ Aimer le travail en équipe et le contact humain ■ Etre dynamique, capable d'autonomie et d'esprit d'initiative ■ Avoir une bonne présentation ■ Avoir une capacité d'adaptation 		
Modalités de formation	Rythme de l'alternance : 1 à 2 semaines de cours par mois (selon calendrier défini) Suivi individualisé en centre et en entreprise		
Calendrier d'inscription	A partir de janvier pour une rentrée en septembre de la même année.		
Tarif	Les frais de formation sont pris en charge par l'OPCO suivant les branches professionnelles et selon les recommandations tarifaires France Compétences et/ou OPCO		
Contacts	campus-alternance@gscls.com / campus-tempsplein@gscls.com		
Moyens pédagogiques	<ul style="list-style-type: none"> ■ Valoriser l'intégration en milieu professionnel ■ Accompagner le candidat dans son projet professionnel ■ Favoriser l'acquisition de compétences techniques et professionnelles ■ Livret de liaison entre l'entreprise et l'établissement de formation 		
Modalités d'évaluation	Contrôle continu, dossiers (Etude de marché, Plan d'action commerciale, rapport de mission), Business game		
Validation des blocs de compétences	BC 1 : Réaliser des études de marchés BC 2 : Contribuer à la définition de la stratégie marketing et commerciale BC 3 : Piloter le plan d'action marketing et commercial BC 4 : Valoriser l'impact des actions commerciales et marketing		
Accessibilité aux personnes en situation de handicap	Tous les locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite Nous étudions au cas par cas les besoins spécifiques des bénéficiaires afin de mobiliser les moyens et réseaux nécessaires pour prendre en charge ou orienter les personnes en situation de handicap.		
Effectifs	Effectif moyen (3 dernières années) : 21		
Taux d'obtention session 2020 (reçus/présentés)	21 sur 22 soit 95%	Taux d'obtention national session 2020 (653 admis / 735 présentés)	89,00%
Taux d'obtention moyen sur les 4 dernières années	94,00%	Taux d'obtention moyen national sur les 4 dernières années	88,00%
Taux d'interruption en cours de formation 2019/2020	0%		
Taux de poursuite d'études (sortants 2019)	52,38%	Taux d'insertion professionnelle (sortants 2019)	23,81%
Valeur ajoutée de l'établissement	Journée d'intégration, accompagnement à la recherche d'entreprise, soirée tuteurs, établissement labellisé E3D, formation des délégués, BDE La Certification professionnelle niveau 6 RMO est placée sous la responsabilité d'un responsable de dispositif et d'un formateur référent. Taux de satisfaction des jeunes : 95% (sortants 2020)		

