

Responsable Commercial et Marketing

Le titre RNCP de niveau II de Responsable Commercial et Marketing, titre d'Etat BAC+4 délivré en partenariat avec **le cnam**, Provence-Alpes-Côte d'Azur, prépare au métier de Manager Commercial

vincent de paul

Le Responsable commercial et/ou marketing participe dans l'entreprise à la définition des stratégies commerciales et/ou marketing avec la direction. Il exerce quatre activités principales :

- Elaboration de la politique commerciale. Il définit des plans d'actions annuels (fixation d'objectifs, promotions des produits, marché à investir...), il gère les clients et plus spécifiquement les grands comptes. A partir de l'analyse des données de l'activité et d'une veille concurrentielle, il propose des axes d'évolution qui répondent efficacement à l'évolution des besoins du client.
- Mise en place et pilotage d'un projet marketing. Il élabore et réalise des études de marché pour optimiser le positionnement du produit et mettre en place le mix marketing.
- Elaboration et gestion des budgets commerciaux et marketing.
- Management d'équipes. Il encadre l'activité des commerciaux, organise et suit les résultats des équipes de ventes ou des équipes marketing et leur apporte son appui technique (élaboration d'outils, créations d'argumentaires, animation d'équipes). Il participe à la formation des équipes.

Pour qui ?

La formation est accessible aux étudiants titulaires d'un Bac+2 minimum (BTS, DUT, DEUG) ou tout cycle d'études ayant abouti à l'obtention d'au moins 120 crédits ECTS dans un domaine de formation compatible avec la spécialité visée

Elle est aussi accessible aux stagiaires de la Formation Professionnelle Continue dans le cadre du plan de formation, de la VAE (Validation des Acquis de l'Expérience), du DIF (Droit Individuel de Formation) ou d'un CIF (Congé Individuel de Formation).

Dans quelles entreprises ?

Tous les secteurs d'activités nécessitant des commerciaux confirmés sont concernés : l'industrie, les services, le secteur bancaire, la grande distribution spécialisée ou non...et toutes les tailles d'entreprises TPE, PME/PMI, TGE...

Pour quelles missions ?

- Construire un plan d'actions commerciales : participer à la politique commerciale
- Mettre en œuvre et animer la relation clients : négocier, promouvoir
- Piloter un projet d'études marketing : réaliser les études de marché, mettre en place le mix
- Manager une équipe avec objectifs et outils de motivation
- Réaliser une veille commerciale : anticiper l'évolution des besoins clients
- Gérer les données financières : indicateurs de performances



Centre de Formation Professionnelle et d'Apprentissage

710 rue de l'Aulanière
ZI Courtine - 84000 Avignon
Tél 04 90 80 66 66 - Fax 04 90 80 66 60
contact@cfc-vdp84.fr

www.cfc-vdp84.fr

Et après le Bac+4 ?

- Insertion professionnelle
- Poursuite d'études :
- Magister Mercatique et Management (BAC+5 du CNAM)
- Masters 2 Professionnels

Quelles perspectives professionnelles ?

- Chef de Rayon ou de département
- Responsable de point de vente
- Chef de secteur, Chef de Vente
- Responsable d'unité commerciale
- Chef d'agence commerciale
- Chef de Produit
- Ingénieur Commercial

Modalités d'inscription

- Téléchargement du dossier de candidature sur www.cfc-vdp84.fr
- Etude du dossier scolaire
- Réunion d'information
- Entretien individuel (motivation, projet professionnel)

CONDITIONS D'ADMISSION

- Avis favorable de la commission d'admission
- Obtention d'un contrat d'alternance

PÉRIODE D'INSCRIPTION

Du 1 février au 30 septembre de chaque année en fonction des formations et des places disponibles.

LES



- Formation gratuite
- Pas de frais de dossier
- Un soutien efficace pour la recherche d'un contrat de professionnalisation (ateliers méthodologiques, mise en relation avec des entreprises)



Centre de Formation Professionnelle et d'Apprentissage

710 rue de l'Aulanière
ZI Courtine - 84000 Avignon
Tél 04 90 80 66 66 - Fax 04 90 80 66 60
contact@cfc-vdp84.fr

www.cfc-vdp84.fr

Organisation de la formation

Durée de la formation

- 1100 heures de cours

Rythme de l'alternance

- 3 jours par semaine en entreprise.
- 2 jours par semaine en cours au centre de formation.

Suivi du parcours de formation

- 2 visites en entreprise par an par le formateur référent.
- Entraînement régulier aux épreuves orales professionnelles et linguistiques
- Tutorat pour le mémoire

Les enseignements

1^{ère} année : LES FONDAMENTAUX

Management : Optimiser le processus managérial et les systèmes d'organisation.

Marketing : Comprendre et définir une étude marketing. Maîtriser les outils du marketing.

Techniques de vente : Négocier et promouvoir les ventes

Action commerciale internationale : Appréhender les enjeux du commerce international

Politiques et stratégies économiques : Connaître les évolutions de l'économie mondiale

Droit des contrats : Maîtriser la juridiction des relations entre l'entreprise et ses partenaires.

Pilotage financier de l'entreprise : Comprendre et analyser les équilibres financiers

Outils et e-business : Appréhender les enjeux et les apports du e-business

Veille stratégique et concurrentielle : Acquérir les méthodes et ressources de veille

Anglais Commercial : Négocier et communiquer en anglais.

Méthodologie du rapport d'activité : Se préparer à l'élaboration du rapport d'activité.

2^{ème} année : APPROFONDISSEMENT ET SPECIALISATION

Le management commercial : Apprendre à gérer et à dynamiser la force de vente.

La communication et l'anglais commercial : Approfondir ses compétences en anglais.

Les études commerciales : Mettre en place et suivre des études de marché.

La relation clients, les outils de GRC : Optimiser la relation client.

La stratégie commerciale : Maîtriser la gestion budgétaire, la gestion du risque et l'audit

Méthodologie et recherche en marketing : Elaborer le projet managérial

Modalités de l'examen

L'acquisition des compétences s'articule autour d'un Projet Managérial, pivot de l'enseignement, qui consiste en l'analyse d'une situation de management commercial ou marketing avec diagnostics, recommandations, plans d'actions et outils de l'action. La certification s'organise autour des composantes suivantes :

1. Examens écrits
2. Présentations orales ou écrites de groupes sur des cas professionnels réels
3. Le dépôt du dossier mémoire aux dates fixées et la soutenance orale devant jury.

Le titre RNCP niveau II s'obtient :

- par la validation de toutes les UE : note supérieure ou égale à 10/20
- par l'obtention de la note minimale de 12/20 au Projet Managérial.