

Double Certification

Chargé.e de développement marketing et commercial Bachelor Merchandising et management commercial

Nouveauté



Niveau 6
(Equivalent BAC+3)



12 mois
417h35



Paris
Villeurbanne
Distanciel

Le/la Chargé.e de développement marketing et commercial est **responsable du développement et de la mise en place de la stratégie marketing et commerciale** (tarifs, promotion, communication, fidélisation, gammes de produits, supports techniques, etc.) pour l'ensemble des produits/services de l'entreprise. Il/elle conçoit et met en œuvre des actions dans les domaines marketing et commercial visant à répondre aux besoins de la clientèle. Il/elle mène des projets et détermine des actions dans le marketing et la vente et participe à la communication pour assurer la satisfaction du client avec des perspectives de développement économique pour l'entreprise.

En tant que chef.fe de projet, il/elle coordonne les moyens humains, financiers et logistiques ainsi que la planification des différentes tâches des personnes impliquées, afin de développer les projets de son entreprise. Il/elle contrôle les résultats et rend compte à la Direction Générale de l'entreprise.

La **double certification Chargé de développement marketing et commercial/Bachelor Européen Merchandising et management commercial** apporte de solides connaissances et des compétences à la fois techniques, opérationnelles et relationnelles pour permettre à ses détenteurs de développer leur réactivité, leur sens de l'organisation et leur capacité à s'adapter aux changements.

Objectifs généraux de la formation

Maîtriser les compétences nécessaires à l'exercice du métier de **Chargé.e de développement marketing et commercial** en validant le **Titre Professionnel de niveau 6** et le **diplôme Européen de Bachelor Merchandising et management commercial (équivalent à un BAC+3)**.

Le « Niveau 6 du CEC (Cadre Européen des Certifications) » pour un Bachelor européen de la FEDE correspond à 180 ECTS et généralement à 3 années d'études dans l'enseignement supérieur.

Certification professionnelle enregistrée le 25/04/22 au RNCP par CDE FEDE France et reconnue par l'Etat au niveau 6. (code NSF 312) (date d'échéance de l'enregistrement le 25/04/24).

L'acquisition de la certification est conditionnée par la validation des quatre blocs de compétences, et d'une épreuve transversale à l'ensemble des blocs : dossier et soutenance professionnels. Pour plus d'informations n'hésitez pas à consulter la Fiche RNCP de France Compétences : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36374/>

Connaissances et compétences attendues à l'issue de la formation : (Référentiel FEDE)

- Assurer la gestion administrative et financière du rayon
- Négocier et prospecter
- Participer au plan de communication
- Prendre part au recrutement des membres de l'équipe
- Négocier les objectifs de vente avec sa hiérarchie et lui rendre compte des résultats
- Être autonome dans le cadre des responsabilités confiées
- Encadrer et animer des équipes sous la direction d'un chef de secteur
- Optimiser les ventes des linéaires, pour un fournisseur ou pour développer les ventes d'un secteur
- Assurer la mise en avant marketing et physique des produits
- Connaître les principes de distribution et de gestion d'un rayon
- Tenir compte des modes de consommation du pays dans lequel il se trouve
- Mener toutes les actions de fidélisation et de satisfaction du client.

Objectifs spécifiques de la formation (Titre RNCP Chargé.e de développement marketing et commercial)

- ✓ **Bloc1 - Construire les orientations de la stratégie marketing et commerciale d'une organisation :**
 - Conduire une démarche de veille économique, technologique et commerciale.
 - Réaliser des études qualitatives et quantitatives du marché.
 - Organiser la diffusion des résultats de la veille et des études de marché.
 - Établir un diagnostic stratégique marketing et commercial de l'organisation.
 - Mener une analyse concurrentielle en identifiant les acteurs du marché (concurrents, partenaires et clients, directs et indirects).
 - Segmenter la clientèle cible en fonction de critères adaptés au marché visé (grande consommation, industriel, international).
 - Concevoir plusieurs solutions et orientations stratégiques, y compris digitale.
 - Définir les objectifs marketing et commerciaux.

- ✓ **Bloc 2 - Concevoir le plan d'action marketing et commercial opérationnel d'une organisation :**
 - Déterminer les actions marketing et commerciales à mettre en œuvre.
 - Établir une feuille de route en évaluant les moyens humains et financiers à mobiliser pour chaque action.
 - Déterminer une politique produit cohérente avec le positionnement de l'offre et les résultats issus de l'analyse du marché.
 - Définir la stratégie de distribution.
 - Conduire la stratégie de prix.
 - Construire un plan de communication adapté à la stratégie marketing.
 - Concevoir une stratégie marketing et commerciale omnicanal.
 - Formaliser les étapes de déploiement du plan.
 - Élaborer un tableau de bord et des outils de suivi.

- ✓ **Bloc 3 - Piloter le plan d'action opérationnel marketing et commercial :**
 - Répartir les tâches et les moyens entre les acteurs internes et externes.
 - Établir un rétroplanning des étapes de mise en œuvre du plan opérationnel.
 - Présenter les enjeux du plan global, les actions, les objectifs et les documents de cadrage.
 - Superviser la mise en œuvre des actions marketing et commerciales.
 - Contrôler la gestion des dépenses liées à chaque action au fur et à mesure de sa mise en œuvre.
 - Suivre en continu les différents indicateurs de performance.
 - Produire le bilan global du plan d'action marketing et commercial.

- ✓ **Bloc 4 - Conduire les actions de développement commercial d'une organisation :**
 - Concevoir un plan de prospection commerciale omnicanal.
 - Constituer une base de données de prospection segmentée.
 - Mettre en œuvre une action de prospection et de communication digitale.
 - Piloter la mise en œuvre des actions de prospection.
 - Construire une proposition commerciale chiffrée et argumentée.
 - Construire des outils de communication commerciale.
 - Encadrer l'élaboration des contenus et la production des supports de communication par les experts techniques et créatifs.
 - Développer la relation client par des actions de fidélisation.
 - Développer une communauté de clients.
 - Mener des actions de communication et de négociation commerciales en anglais.

Objectifs spécifiques de la formation (Bachelor Européen Merchandising et management commercial)

- ✓ **UC D31.1/Développement marketing et commercial :**
 - Construire les orientations de la stratégie marketing et commerciale d'une organisation.
 - Concevoir le plan d'action marketing et commercial opérationnel d'une organisation.
 - Piloter le plan d'action opérationnel marketing et commercial.
 - Conduire les actions de développement commercial d'une organisation.

- ✓ **UC D31.2/Merchandising et management commercial :**
 - Optimiser les ventes de produits ou de services avec le merchandising physique et le e-merchandising.
 - Maîtriser les techniques et outils opérationnels du merchandising et du e-merchandising.
 - Analyser l'environnement de la distribution et réaliser des études pour développer des stratégies merchandising et e-merchandising adaptées.
 - Assurer la gestion de la relation client.
 - Développer son leadership pour garantir l'atteinte des objectifs fixés.

- Etablir des prévisions en tenant compte des préconisations de l'enseigne.
 - Acquérir une vision globale en s'appuyant sur les données existantes pour développer et gérer l'activité de l'entreprise.
 - Assurer la conformité des actions menées avec les principales règles et lois générales relatives à la distribution et aux pratiques commerciales.
- ✓ **UC D32/Epreuve Professionnelle de Soutenance :**
- Mener un projet professionnel.
 - Développer une problématique dans un rapport d'activité.
 - Expliquer et défendre sa démarche devant un jury.
- ✓ **Langue vivante européenne :**
- Acquérir le niveau B1 du CECRL écrit et oral de maîtrise d'une langue européenne.
- ✓ **UC A2/Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action :**
- Comprendre le modèle européen et ses particularités, aux plans historique et culturel.
 - Développer une compréhension critique de la politique, du droit et des droits humains.
 - Développer une connaissance et une compréhension critique de la culture, des cultures, et des religions.
 - Acquérir des connaissances précises sur les institutions européennes et leur fonctionnement.
 - Comprendre le modèle européen d'un point de vue réglementaire et juridique.
 - Mobiliser des outils de compréhension de l'espace européen et des actualités européennes.
 - Acquérir des compétences liées à la culture de la démocratie et au dialogue multiculturel.
- ✓ **UC A3/Le management interculturel et les ressources humaines :**
- Valoriser la diversité culturelle et s'appuyer sur le dialogue interculturel afin de développer une culture du « vivre ensemble »
 - Développer l'altérité culturelle et la capacité d'interagir et travailler avec des personnes ayant des valeurs, des habitudes, des comportements et des références culturelles différents des siens.
 - S'approprier certains codes culturels afin de comprendre leurs impacts dans les relations interpersonnelles.
 - Mener une réflexion critique sur les différentes conventions de communication appliquées dans un autre groupe social ou une autre culture.
 - Mesurer l'impact de la culture dans la gestion des ressources humaines et participer à l'adaptation et mise en œuvre des pratiques de management interculturel et gestion des ressources humaines.
 - Accompagner et favoriser la mobilité des professionnels afin de leur permettre d'évoluer dans un contexte international.

Programme de la formation (minimum 417h35)

La formation se compose de 4 blocs de compétences complétés par les blocs du Bachelor et l'alternance en entreprise. Environ 86 jours en formation complétés par des jours en entreprise.

Jour 1 : Accueil, présentation des objectifs de formation, connaissance de l'environnement professionnel, du Dossier de soutenance, de l'examen, des référentiels de compétences et d'examen (7h)

Jours 2 à 61 : (de formation) :

- Module TOSA Excell. Acquérir un des 5 niveaux du TOSA. (21h)
- Module Préparation rapport de stage + soutenance. Capacité à élaborer une pensée construite sur des problèmes techniques liés au monde de l'entreprise. Aptitude à communiquer par écrit et oralement. Capacité à tirer parti, pendant l'exposé et la discussion, de documents de travail professionnels (documentations, catalogues, réalisations personnelles, annexes diverses). Capacité à porter un jugement objectif sur la teneur et le résultat de l'étude ou du projet tutoré.
- Module NTIC. (21h)
- Module Gestion financière. (28h)
- Bloc 1 : Construire les orientations de la stratégie marketing et commerciale d'une organisation. (42h)
- Bloc 2 : Concevoir le plan d'action marketing et commercial opérationnel d'une organisation. (42h)
- Bloc 3 : Piloter le plan d'action opérationnel marketing et commercial. (63h)
- Bloc 4 : Conduire les actions de développement commercial d'une organisation. (84h)
- Bloc 5 : Communication commerciale en anglais (49h)
- Bloc 6 : Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action (29h)
- Bloc 6 : Le management interculturel et les ressources humaines en Europe. (20h)
- Transversal : Révision/préparation à l'examen/évaluations en cours de formation/ Suivi des acquis de compétences en entreprise.

Présentation et inscription à l'examen en totalité ou par blocs (11h35)

Profil des candidat(e)s

Pour qui :

- Demandeurs d'emploi
- Salarié(e)s
- Apprenti(e)s

 Code CPF : 336213

 Fiche RNCP : 36374

Prérequis obligatoires :

- Être titulaire d'un diplôme de Bac+2.
- Niveau A2* du CECRL en anglais (Cadre européen commun de référence pour les langues).

Prérequis souhaités :

- Goût et aptitudes pour la relation commerciale et appétence pour le marketing.

Code(s) ROME :

- M1704 - Management relation clientèle
- M1705 - Marketing
- M1707 - Stratégie commerciale
- E1103 - Communication

Débouchés et suite de parcours

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Chargé de projet marketing
- Chargé de mission marketing
- Chargé d'affaires marketing
- Responsable marketing digital
- Responsable marketing et commercial
- Responsable du développement commercial
- Business Developer
- Brand manager
- Responsable de la relation clientèle
- Chef de projet commercial

Poursuite de parcours :

- Manager des organisations – Niveau 7 – (équivalent BAC+5)

Passerelles : (non précisé)

Se référer à la Fiche RNCP sur le site de France Compétences : <https://www.francecompetences.fr/recherche/mcp/36374/>

Taux d'insertion global moyen à 6 mois : 99% (données RNCP2020)

Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois : 84% (données RNCP2020)

Tarif et Prise en charge

Tarif pour le candidat : 100% pris en charge

Tarif pour l'organisme financeur : 8233€ (montant minimum pour un contrat d'apprentissage fixé sur la base du référentiel France compétence au 14/10/23, 0% reste à charge pour l'entreprise).

Plusieurs dispositifs existent pour faire financer une formation, ils dépendent de la situation du candidat et de l'entreprise.

Si vous souhaitez des informations plus détaillées sur les financements et les prises en charge, veuillez contacter nos agences.

➔ Devis sur demande auprès de nos agences

Contacts :

① Site de Villeurbanne : contact@opusformation.eu - 04 72 60 79 11 - 28 Rue de la Baisse, 69100 VILLEURBANNE

① Site de Paris : contact-paris@opusformation.eu - 01 43 64 68 45 - 1 rue des Montiboefus, 75020 PARIS

Modalités d'accès et de délai

⇒ Accessibilité :

Recrutement toute l'année*. Modalités : Dossier, Tests et/ou entretiens en amont de la formation. 3 sessions par an en Janvier – Mai – Septembre.

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap, pour plus d'informations et d'accompagnement veuillez-vous rapprocher de nos assistant(e)s référent(e)s présent(e)s sur chaque site.

⇒ Rythme, durée et horaires de la formation :

Rythme contrat en alternance : 1 jour en CFA / 4 jours en entreprise.

Horaires de la formation : de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h ou 8h30 à 12h et de 13h à 16h30.

Durée* : à partir de 417h35 en CFA pour un contrat de 12 mois.

**Délais et Durées indicatifs et ajustables en fonction des besoins et des personnes.*




Federation for **ED**ucation in **EU**rope
Fédération Européenne Des Ecoles



Federation for **ED**ucation in **EU**rope
Fédération Européenne Des Ecoles



 Modalités de validation*	 Moyens pédagogiques et techniques	 Modalités d'évaluation
<ul style="list-style-type: none">• En fonction des résultats obtenus par chaque candidat aux évaluations :• - Si le jury final de certification déclare le succès aux évaluations du candidat :• Le candidat obtient conjointement :• Le diplôme européen délivré par la FEDE.• La certification professionnelle enregistrée au RNCP délivrée CDE FEDE France. Les blocs de compétences de la certification sont tous validés.• Si le jury de certification déclare l'échec aux évaluations du candidat :• 1-Le candidat est ajourné et n'obtient ni le diplôme européen de la FEDE, ni la certification professionnelle de CDE FEDE France.• 2-Le candidat conserve la possibilité de se représenter aux évaluations lors d'une autre session d'examen.	<ul style="list-style-type: none">• Alternance entre présentiel, formation à distance et périodes en entreprise.• Exposés théoriques.• Etude de cas concrets.• Quiz en salle.• Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.• Questions orales ou écrites (QCM).• Mises en situation/jeux de rôles.• Classes virtuelles sur Digiforma.• PC portable.	<ul style="list-style-type: none">• Les résultats des évaluations passées en cours de formation pour les candidats issus d'un parcours de formation.• Livret de suivi des compétences en entreprise.• Grille d'évaluation des acquis tout au long de la formation.• Contrôles continus.
 Modalités de l'examen (11h35) *	Equipe pédagogique	
<ul style="list-style-type: none">• D3 Expertise professionnelle : épreuves écrites (6h00+2h00) + soutenance professionnelle (0h30)• B31 Langue vivante : écrit (1h00) + oral (0h45)• A2+A3 Le projet Européen (1h20)	<p>Une équipe de professionnel(le)s expérimenté(e)s dans le métier de votre formation pour vous accompagner dans votre projet.</p>	

***Modalités détaillées de l'examen (11h35) ci-dessous :**

UC D31.1 / Développement marketing et commercial : *Ce module vaut coefficient 5 et permet de capitaliser 12 ECTS.*

Forme de l'épreuve : **Étude de cas**

Durée : **6 heures**

Barème : 120 points

A partir d'un cas concret, conçu à l'aide de données réelles, l'apprenant doit analyser des situations et résoudre des problèmes sur le plan marketing et commercial à l'échelle nationale ou européenne.

UC D31.2 / Merchandising et management commercial : *Ce module vaut coefficient 2 et permet de capitaliser 9 ECTS.*

Forme de l'épreuve : **Questions à réponse courte et exercice pratique.**

Durée : **2 heures**

Barème : 120 points

UC D32 /Epreuve Professionnelle de Soutenance : *Ce module vaut coefficient 4 et permet de capitaliser 19 ECTS.*

Forme de l'épreuve : **Exposé théorique + Discussion avec le jury**

Durée : **30 minutes**

La soutenance orale représente 50% de la note finale et le rapport d'activité représente 50% de la note finale.

UC D33 /Contrôle continu : *Ce module vaut coefficient 2 et permet de capitaliser 2 ECTS.*

Le contrôle continu porte sur tous les modules des UC D31.1 et UC D31.2 qui peuvent faire l'objet au cours de l'année d'évaluations sous différentes formes.

UC B31.1-B31.2 / Langue Vivante Européenne 1 – Utilisateur indépendant – Niveau B1 du CECR

(Epreuve écrite) : *L'épreuve écrite UC B31.1 vaut coefficient 2 et permet de capitaliser 6 ECTS.*

Durée : **1 heure**

1. Compréhension écrite

Étude de deux textes de 150 à 250 mots accompagnés de questions écrites.

Total : 8 questions

2. Connaissances lexicales et grammaticales

Questionnaire de connaissances lexicales et grammaticales (portant sur les textes et/ou sur les thèmes du programme).

Total : 24 questions

3. Courrier

Rédaction d'un courrier (lettre, fax, mail ou mémo) dans la langue étrangère choisie par l'apprenant à partir d'un canevas fourni dans cette même langue étrangère,

éventuellement en réaction à un document fourni dans l'énoncé (publicité, offre d'emploi, courrier).

Barème :

QCM : 3 points pour une bonne réponse, 0 pour non-réponse ou réponse erronée.

Compréhension écrite (8 questions x 3) : 24 points

Test lexical (12 questions x 3) : 36 points

Test grammatical (12 questions x 3) : 36 points

Courrier : 24 points

Total : 120 points

(Epreuve orale) : *L'épreuve orale UC B31.2 vaut coefficient 2 et permet de capitaliser 6 ECTS.*

Durée : **45 minutes**

Préparation : 25 minutes

L'apprenant tire au sort un document iconographique parmi un choix de 6 à 12 documents et doit préparer une présentation et un commentaire en réaction à ce document.

1. Présentation et commentaire

Présentation et commentaire par l'apprenant du document iconographique.

2. Entretien

Entretien entre l'examineur et l'apprenant sur le document.

3. Test de compréhension orale

L'examineur lit à l'apprenant un texte de 150 mots maximum (portant sur les thèmes du référentiel et sujets d'actualité s'y rapportant) et lui pose 6 questions de compréhension.

4. Entretien

Entretien sur la spécialité professionnelle de l'apprenant (expérience acquise ou en cours, projet tutoré, spécialisation présente et future...)

UC A2 / Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action : *Ce module vaut coefficient 1 et permet de capitaliser 3 ECTS.*

Forme de l'épreuve : **Questionnaire à Choix Multiples (QCM) en ligne**

Durée : **40 minutes**

Nombre de questions : 40 Total de points : 120

UC A3 / Le management interculturel et les ressources humaines : *Ce module vaut coefficient 2 et permet de capitaliser 3 ECTS.*

Forme de l'épreuve : **Questionnaire à Choix Multiples (QCM) en ligne**

Durée : **40 minutes**

Nombre de questions : 40 Total de points : 120

***Modalité de validation des points :**

1ère règle : calcul de la moyenne générale

Chaque épreuve (ou UC) est affectée d'un coefficient. Pour chaque épreuve, la note sur 20 (ou ramenée sur 20) multipliée par le coefficient donne le nombre de points.

La somme de ces points est augmentée, le cas échéant, des points obtenus grâce aux épreuves facultatives et le tout est ramené sur 20 pour donner la **moyenne générale**.

2ème règle : admission à l'examen

Pour être admis à l'examen, le candidat doit remplir **trois conditions** :

obtenir une moyenne générale égale ou supérieure à 10/20,

et avoir obtenu une moyenne d'au moins 6/20 dans toutes les **unités d'enseignement** de son examen,

et ne pas avoir obtenu une note de 0/20 à une unité capitalisable, la note de 0/20 étant éliminatoire.

3ème règle : conservation des notes

Les notes obtenues peuvent être conservées pendant 5 ans. C'est le candidat qui fait ce choix quand il se présente à une session ultérieure.

À chaque session, la moyenne générale est calculée sur la base des notes conservées et des notes des épreuves à nouveau subies.

Lorsqu'un candidat souhaite se représenter à une épreuve, seule la dernière note obtenue est prise en compte dans le calcul de la moyenne générale.

4ème règle : formes de l'examen

Les examens peuvent être passés sous la forme **globale** (toutes les épreuves à la même session) ou sous la forme **progressive** (choix d'épreuves à chaque session).

5ème règle : absence à une épreuve

L'absence à une épreuve interdit la délivrance du diplôme.