

BACHELOR - BAC +3 Responsable Marketing Opérationnel(le)



Formation en 1 an, par **alternance**
(505 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

Enregistrée au RNCP pour 2 ans par arrêté du 27 décembre 2018 publié au Journal Officiel du 04 janvier 2019 sous l'autorité et délivrée par C3 avec effet au 29 novembre 2018 jusqu'au 21 avril 2022.



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 à la charge de l'entreprise, selon les recommandations de France Compétences.

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.
A titre indicatif, 3 380 € en 2020/2021.



Comment s'inscrire ?

Inscriptions à partir du 04 janvier 2021

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@gscls.com
campus-tempsplein@gscls.com



BACHELOR - Responsable Marketing Opérationnel(le)



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

BLOC 3 : PILOTER LE PLAN D'ACTION MARKETING ET COMMERCIAL

MARKETING DIGITAL- U3

Enjeux du marketing digital, social média, marketing d'influence, stratégie de communication digitale.

MARKETING MOBILE - U4

Stratégie cross-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, pilotage commercial.

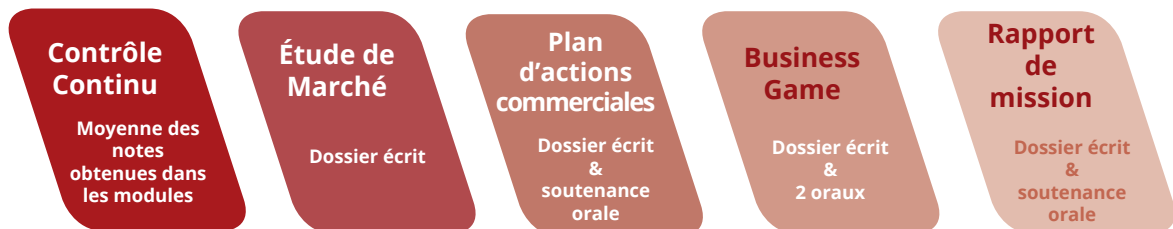
BLOC 4 : VALORISER L'IMPACT DES ACTIONS COMMERCIALES ET MARKETING

PILOTAGE ET PERFORMANCE- U6

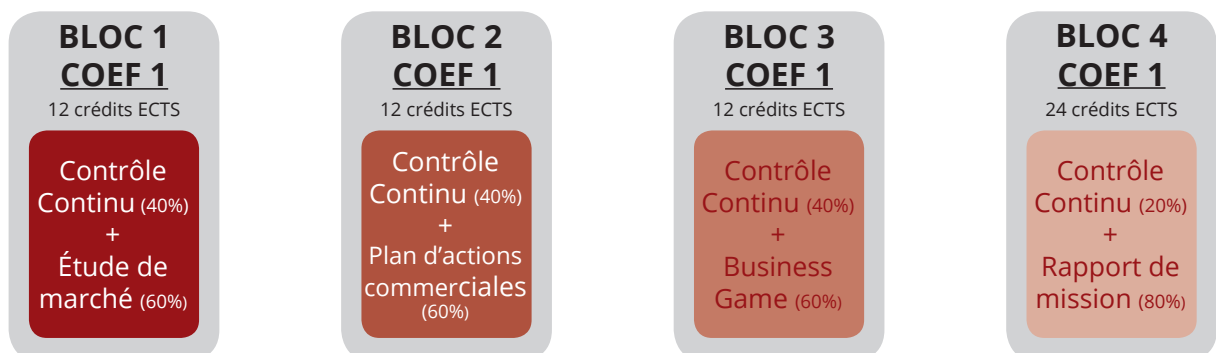
Pilotage d'équipe, ROI, KPI, analyse des coûts, tableaux de bord, performance on line, Google Analytics.



Les épreuves



Modalités d'évaluation des blocs de compétences



Pour valider le diplôme, il faut obtenir la note de 12/20 à chaque bloc.

