



EVOLUA
FORMATION 

BACHELOR EN 1 AN RESPONSABLE EN DÉVELOPPEMENT MARKETING ET VENTE

5 OPTIONS :

- COMMUNICATION ET MANAGEMENT DE L'ÉVÈNEMENTIEL
- MANAGEMENT DE LA GRANDE DISTRIBUTION
- MANAGEMENT DU WEB
- MANAGEMENT DU SPORT
- MANAGEMENT DU LUXE

Seconder un responsable d'établissement ou un directeur d'agence dans la conception et mise en place de stratégies de communication ou dans le développement de la relation avec sa clientèle.

TAILLE ET SECTEUR D'ACTIVITÉ DES ENTREPRISES :

La fonction peut s'exercer au sein d'entreprises diverses et de toutes tailles même de très petites entreprises dans lesquelles cette personne peut proposer et mettre en œuvre des actions de communication globales.

La personne participe au développement des régies publicitaires médias par la prospection des annonceurs potentiels, la commercialisation des supports de communication et le suivi des clients.

BAC +3 RECONNU PAR L'ÉTAT RNCP NIVEAU 6

NIVEAU D'ENTRÉE :

- > BAC +2 minimum
- > Ou avoir un niveau BAC avec 5 ans d'expérience professionnelle
- > Sur dossier, tests, entretien individuel
- > À distance

MODALITÉS :

- > 1 an de formation
- > 1 semaine de formation / 2 ou 3 semaines en entreprise
- > Étudiant : stage obligatoire de 8 semaines minimum en entreprise
- > Dispositif VAE, CPF de transition
- > Contrat de professionnalisation ou d'apprentissage

VOTRE PROFIL :

- > Faculté d'écoute et de dialogue
- > Dynamisme
- > Esprit d'initiative
- > Sens de l'économie



VALIDATION EXAMEN

SYSTEME D'ÉVALUATION :

- Partiels : écrits et oraux
- Contrôle continu avec épreuves écrites et soutenances orales
- Tout au long de son parcours pédagogique, l'étudiant devra élaborer un projet personnel qui fera l'objet d'un mémoire et d'une soutenance devant un jury de professionnels

VALIDATION DE LA FORMATION ET DE L'EXPERIENCE ACQUISE :

- Obtention du titre « Responsable en Développement Marketing et Vente » : Reconnu par l'État niveau 6 (BAC+3).
- Obtention du Bachelor Marketing et Communication.
- Stage obligatoire en statut initial

PROGRAMME

MARKETING OPÉRATIONNEL ET STRATÉGIQUE

Pouvoir analyser la situation de l'entreprise vis-à-vis de la clientèle, améliorer la relation avec les clients et définir une stratégie adaptée.

COMMUNICATION STRATÉGIQUE

Savoir analyser techniquement un bien immobilier. Mettre en œuvre une stratégie de communication et gérer un budget.

LÉGISLATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

Intégrer l'essentiel de la Gestion des Ressources Humaines par le droit du travail

TECHNIQUES DE VENTE

Assurer toutes les phases de la vente grâce à la maîtrise des techniques commerciales et la mise en place d'outils d'aide à la vente

MANAGEMENT ET RECRUTEMENT DE L'ÉQUIPE DE VENTE

Maîtriser les techniques d'organisation, de management et de motivation d'une équipe de vente. Maîtriser le recrutement d'une équipe commerciale.

STRATÉGIE DIGITALE

Créer, administrer et utiliser un site internet.

ANGLAIS

Savoir exercer sa profession aussi en anglais

COMMUNICATION ET MANAGEMENT

Être capable d'exprimer en toutes situations un message cohérent et attractif, utiliser des techniques de management.

GESTION FINANCIÈRE ET CULTURE ENTREPRENEURIALE

Savoir analyser les documents comptables d'une entreprise et établir un prévisionnel financier

RÉSEAUX SOCIAUX

Savoir utiliser les réseaux sociaux à des fins professionnelles

DROIT

Maîtriser les dispositions juridiques indispensables à l'exercice de sa profession.

DIAGNOSTIC

Pouvoir analyser et améliorer la situation de l'entreprise sur son marché.

CONDUITE DE PROJET

Accompagnement individualisé pour la mise en œuvre du contenu du projet et du mémoire

1 OPTION AU CHOIX :

COMMUNICATION OPÉRATIONNELLE

Pouvoir élaborer une stratégie de communication et en assurer sa mise en œuvre.

MARKETING ET MANAGEMENT DE L'ÉVÉNEMENTIEL

Pouvoir conceptualiser, créer et gérer un événement en adéquation avec les besoins du commanditaire et dans le respect des règles de sécurité.

GRANDE DISTRIBUTION

Manager et gérer tout ou partie d'un centre de profit commercial ou de participer aux décisions marketing des enseignes à dominance alimentaire ou spécialisées de toute nature et de toute dimension

WEB MARKETING

Être capable de développer la vente en ligne, soit en créant du trafic, soit en améliorant la notoriété de l'entreprise.

MANAGEMENT DU SPORT

Être apte à intervenir dans le développement de la relation avec la clientèle, à prendre des décisions stratégiques et opérationnelles, être capable de manager et gérer une structure ou un événement relatif au milieu du sport.

MARKETING DE LUXE

Concevoir une démarche commerciale et proposer des produits adaptés au marché du luxe