

Responsable marketing opérationnel(le), enregistré au RNCP au niveau II,  
Enregistré au RNCP au niveau II, sous l'autorité de C3 Institute ( Fiche – code 312p au JO du 19/11/2014 )

**PUBLIC VISE ET PREREQUIS :** Titulaire d'un diplôme Bac + 2 ou diplôme de Niveau III. Accessible également aux étudiants ou personnes pouvant justifier de 3 années d'expérience dans le secteur.

### OBJECTIFS DE LA FORMATION :

Participer à la définition des objectifs commerciaux mais aussi stratégiques. Également, appliquer le plan marketing élaboré en collaboration avec la direction générale.

Acquérir sur un poste d'encadrement la maîtrise des techniques de management, des outils marketing stratégiques et opérationnels

### CONTENU ET COMPETENCES

#### ANALYSE DES MARCHES (50 heures)

- Veille concurrentielle
- Diagnostic et stratégies marketing
- Études et recherches marketing
- Comportement du consommateur et du e-shopper

#### DEVELOPPEMENT DES VENTES (100 heures)

- Négociation et gestion de portefeuille – CRM
- Marketing relationnel – viral
- Marketing direct
- Droit du marketing

#### MIX MARKETING (100 heures)

- Produits et marques
- Politique de distribution Merchandising
- Communication et plans média
- Politique de prix
- Développement international

#### OUTILS DE PILOTAGE (50 heures)

- Organisation et planification
- Management de projet
- Management d'équipe
- Prévisions des ventes

#### VALORISATION D'IMPACT (50 heures)

- Définition et acteurs du ROI/Fondamentaux de l'évaluation
- Mesure de la performance / efficacité / efficience / tableaux de bord
- Analyse des coûts
- Communication écrite et orale

#### STRATEGIE E-COMMERCE (50 heures)

- Environnement du Digital
- Outils de développement du e-commerce
- Stratégie multi canal / cross canal
- Gestion de projets e-commerce

#### ENSEIGNEMENTS TRANSVERSES (50 heures)

- Anglais – informatique

### MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Nous recherchons un équilibre entre l'acquisition d'un socle de connaissances générales, à partir de supports de cours adaptés à la matière : l'utilisation de cas d'entreprise afin de mobiliser les alternants dans des situations réelles, de les faire réfléchir aux options à prendre, aux décisions, aux plans d'actions, pour enfin faire conceptualiser les compétences qu'ils ont développées en entreprises. La taille moyenne des groupes est de 14.

### ÉVALUATION DE LA FORMATION

Les épreuves : contrôle continu, étude de marché, Business Game, mémoire.

### ÉQUIPE PEDAGOGIQUE

Plus de 95% des heures formateurs sont assurées par notre équipe permanente (voir CVthèque). Pour des formations très spécialisées, nous pouvons faire appel à un expert du domaine. L'équipe pédagogique est une équipe riche de ses diplômés et de ses expériences professionnelles. La liste des intervenants est communiquée avec l'emploi du temps.

### DURÉE DE LA FORMATION

Un planning prévisionnel est joint à la convention de formation.