

Bachelor Marketing digital

Titre de niveau 6 (EU) : Responsable de la performance commerciale et du marketing digital

enregistré au [Répertoire national des certifications professionnelles RNCP 36485](#)
par arrêté du ministre du 01/06/2022 et publié au Journal officiel du 17/05/2023, code NSF 312.



Objectifs et Débouchés

Le « Responsable de la performance commerciale et du Marketing digital » est un spécialiste de conquête et de la fidélisation des clients.

Ses domaines d'intervention couvrent une large palette de métiers cadres, tous ont un objectif commun : suivre et mettre en application les axes stratégiques des directions marketing et commerciales auxquelles ils sont généralement rattachés.

Les contrats d'alternances

L'intégration à nos formations se fait sous le biais du contrat de professionnalisation ou d'apprentissage, l'objectif étant de favoriser l'insertion ou la réinsertion professionnelle par la pratique dans le monde du travail tout en visant l'acquisition d'un diplôme ou titre.

Tuteur

Un tuteur est choisi au sein de l'entreprise par l'employeur. Il guide le jeune salarié et assure la liaison avec le centre de formation

L'alternance

Le jeune salarié étudie 2 jours par semaine à l'Institut La Forbine et travaille en entreprise les autres jours, hors examens blancs où la semaine est complète en centre et cela pendant 1 an.

Conditions d'admission

Etre titulaire d'un titre ou diplôme de niveau 5. Admission après étude de dossier et entretien de motivation.

Après le Titre

Ce titre peut être une finalité d'études.

Le titre « RPCMD » vous ouvre de réelles opportunités d'évolution de carrière. À l'issue de la formation, le taux d'insertion est très important dans les 6 mois suivant le diplôme (entre 70 et 90%) !

Il donne aussi la possibilité de continuer sur des titres ou diplômes de niveau 7

Qualités requises

- Prise d'initiative
- Autonomie
- Aisance dans la communication
- Goût du commerce
- Bienveillance
- Bon esprit d'analyse

Débouchées

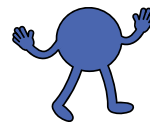
- Chef de projets marketing
- Responsable des études marketing
- Chargé d'études marketing
- Commercial
- Responsable commercial
- Chef de produit
- Chargé de communication
- Responsable de la performance

Une formation 3 en 1:
1 Diplôme / un Salaire / 1 Métier
Formation financée*
et rémunérée
*dispositif de prise en charge
par France compétences

Programme

Bloc 1	Marketing multicanal Marketing stratégique et opérationnel Marketing des services, sport, du luxe Analyse comportement consommateur Identité de marque Projet de développement Marketing de l'innovation
Bloc 2	Performance commerciale De la stratégie au plan commercial Technique de négociation Tableaux de bord Calculer la rentabilité

Bloc 3	Digital opérationnel Design et conception d'un site web Analyse et optimisation Social média, création de contenu
Bloc 4	Management Pilotage de projet Animation de groupe Digital business english



Compétences visées

Marketing Multicanal

1

Domaine stratégie marketing et communication multicanale :

Participation à la mise en place de la stratégie et de la politique marketing de l'entreprise, en particulier digitale.

Analyser un marché, le segmenter, décèler les insight consommateur et les tendances.

Assurer le lancement d'un nouveau produit/service.

Assurer un plan média multicanal.

Digital Opérationnel

3

Conception, développement et suivi du pôle communication et commercialisation digitales de l'entreprise.

Créer un site internet vitrine ou marchand et dialoguer avec une agence Web. Créer les contenus visuels. Assurer le référencement du site(SEO, SEA).

Identifier la communauté de l'entreprise et community management.

Analyser l'expérience utilisateur. Mesurer et analyser les retombées.

2

Performance Commerciale

Domaine commercial: participer au développement commercial de l'entreprise en ligne et hors ligne - décliner les orientations stratégiques en objectifs prévisionnels et opérationnels de vente.

Mettre en œuvre des actions de prospection et de fidélisation en utilisant les nouvelles technologies et le Web. Négocier des contrats. Créer un tableau de bord de pilotage de l'activité commerciale, l'analyser et en tirer les conséquences.

Analyser les parts de marchés, les ventes, les marges bénéficiaires du produit ou service. Déterminer la rentabilité des produits et de l'unité commerciale. Mener des négociations et faire des propositions écrites et orales en langue anglaise.

4

Management de l'équipe commerciale et marketing

Management de projet, animation de groupe et management d'équipe : Conduire un projet.

Animer une réunion ou un groupe. Manager une équipe et la fédérer autour de valeurs communes pour faire apparaître un esprit de collaboration au service de la performance collective.

Intégrer la dimension interculturelle dans le management.



Nous situer

Aubagne : Coordonnées GPS : N 43°16.660' E 005°32.139'
Bus : n°240 - Arrêt St Mitre
SNCF : gare d'Aubagne, tramway gratuit jusqu'à "piscine Alain Bernard" puis navette gratuite (n°6) jusqu'à « Le Clos Rufisque »
Aix : Coordonnées GPS : N 43°31' 33.519" E 5°26'20.885"
Bus : l'école se trouve juste derrière la gare routière
SNCF : Gare Aix TGV. Navettes directes pour la gare routière d'Aix-en-Provence.



Le bachelor marketing est aussi accessible par la voie de la **VAE (Validation des acquis de l'expérience)** et par blocs de compétence . <https://vae.gouv.fr/>

En partenariat avec le centre



Institut La Forbine

Château des Creissauds
Le Clos Rufisque
13400 Aubagne
Tel : 04.91.24.88.69 Tapez 1
aubagne@laforbine.com

Tour Bizet
580 bv W. Amadeux Mozart
13100 Aix en provence
Tel : 04.42.39.86.31
aubagne@laforbine.com

www.institutlaforbine.com



*Plan de formation du Titre Responsable de la Performance
Commerciale et du Marketing Digital*

En partenariat avec



Le **Bachelor marketing digital** permet de valider le titre de « RESPONSABLE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE ET DU MARKETING DIGITAL » **reconnu par l'Etat au niv 6 européen**) Délivré par l'autorité certificatrice GMD IDELCA, enregistré au [Répertoire national des certifications professionnelles RNCP 36485](#) par arrêté du ministre du 01/06/2022 et publié au Journal officiel du 17/05/2023, code NSF 312.

I . Niveau de connaissances préalable requis :

L'obtention d'un BTS ou d'un titre admis en équivalence de niveau 5 donne l'accès au niveau de connaissance requis pour l'intégration à ce diplôme.

II . Les objectifs de la Formation :

Avec la transformation digitale les métiers du marketing sont en pleine mutation. On ne raisonne plus en termes de canal mais d'approche globale ou d'expérience client. Le métier est au carrefour des métiers commerciaux, marketing et WEB.

Il répond au bouleversement introduit par le numérique avec un rapprochement très fort des 3 domaines. Le titulaire du Bachelor doit être capable d'accompagner les entreprises dans leur transformation numérique et leur appropriation du WEB dans la relation client.

III . Le Contenu de la formation :

A partir d'un bilan de savoirs et compétences du jeune, le programme de formation suivant a été élaboré :

OF- CFA - INSTITUT LA FORBINE UAI
0134338V- Siret 418 756 565 000 28

Déclaration d'activité 93130998613

Château des Creissauds - Le Clos Rufisque – 13400 AUBAGNE Tel :

04.91.24.88.69 - Fax : 04.91.24.88.68

aubagne@laforbine.com – www.institutlaforbine.com

MODULE COURS	Heures enseignement (y compris CC, hors exam final)	Heures exam final	SEMESTRE
B1-1 MARKETING STRATEGIQUE	24	4	1
B1-2 MARKETING SERVICES, LUXE	10	2	2
B1-3 MARKETING OPERATIONNEL	14	2	1
B1-4 ANALYSE DES TENDANCES ET VEILLE	10	2	1
B1-5 STRATEGIE LANCEMENT NOUVEAUX PRODUITS	15	2	1
	8	1	1
B1-6 STRATEGIE DIGITALE	21	3	1
B1-7 ANALYSE ET OPTIMISATION DE L'EXPERIENCE CLIENT	15	3	2
B1-8 IDENTITE DE MARQUE ET STRATEGIE DE COMMUNICATION 360°	16	2	2
B1-9 CREATIVITE ET COPY STRATEGY	14	2	2
B1-10 MARKETING EVENEMENTIEL	8	2	2
B2-1 LE PLAN D'ACTION COMMERCIALE	12	2	2
B2-2 PROSPECTION, VENTE, FIDELISATION MULTICANALES	18	3	1
B2-3 BUSINESS ENGLISH	32	2	2
B2-4 PILOTAGE DE LA PERF COMMERCIALE- TABLEAUX DE BORD	14	2	1
B2-5 CALCUL DE RENTABILITE	8	2	1
B3-1 CREATION DE SITE ET WEBMASTERING	28	CC	1
B3-2 CREATION DE CONTENUS MULTIMEDIA	21	2	2
B3-3 ANALYSE D'AUDIENCE ET DEVELOPPEMENT DE LA VISIBILITE DIGITALE	14	2	2
B3-4 E-COMMERCE et E-LOGISTIQUE	10	2	2
B3-5 COMMUNITY MANAGEMENT	18	2	1

B4-1 PILOTAGE DE PROJETS	14	2	2
B4-2 ANIMATION DE GROUPE	14	2	2
B4-3 MANAGEMENT	14	2	2
B4-4 AVOIR UNE VISION GLOBALE DE L'ENTREPRISE Business game	24		1
PROJET DE DEVELOPPEMENT DIGITAL DE L'ENTREPRISE	10	1	2

Hors-Programme

SOFT SKILLS	30		
-------------	----	--	--

436

51

IV. Modalités de déroulement de la formation :

La formation s'étale sur 12 mois et s'effectue en alternance de 2 jours en centre pour 3 jours en entreprise par semaine.

Elle se déroulera dans le respect du programme de formation qui aura été préalablement remis à l'alternant, et ce suivant une alternance d'exposés théoriques et de cas pratiques.

Les formateurs veilleront à ce que chaque participant puisse poser ses questions et s'assureront de l'acquisition des compétences avec des tests périodiques.

La formation se déroulera dans une salle équipée aux besoins de chaque module avec un matériel à disposition : Vidéo projecteur, Paper Board, Micro-ordinateur, accès au Wifi, tableau blanc afin de pouvoir aisément garantir le bon déroulement de la formation du point de vue pédagogique et technique.

Les formateurs remettront leurs supports pédagogiques qui permettront à chaque alternant de suivre le déroulement de la formation ainsi que d'accéder à la maîtrise des compétences constituant les objectifs de ladite formation.

V. Moyens d'encadrement :

L'encadrement des alternants sera assuré par la direction et/ou le formateur pendant sa présence sur le centre de formation.

Le participant pourra contacter du lundi au vendredi de 8h30 à 18h le centre de formation et plus précisément : Le directeur Commercial et communication M. PILATI Patrice (p.pilati@ehp.fr) ou son adjointe Mme MAESEN Valérie (v.maesen@lafortbine.com) pour toute question d'assistance ou d'accompagnement sur les relations avec les entreprises Le Directeur Pédagogique M ATTARD Nicolas (n.attard@lafortbine.com) pour toute question sur le cadre pédagogique.

VI. L'évaluation de la formation :

L'évaluation de cette formation s'effectue de manière continue et également par un examen final.

Toutes les matières enseignées font l'objet de notes (contrôles continus) comptant pour 40% de la notation finale.

Un examen final, d'une durée de 2h30 à 3h00 en fonction de la matière, aura lieu sur chacun des 23 modules d'enseignement. Il se fera en 2 sessions (janvier et juin).

Un Examen unique national (Cas de Synthèse), envoyé par le Certificateur, d'une durée de 3h00, aura lieu en fin d'année pour s'assurer que toutes les compétences ont été acquises.

Un rattrapage (pour les blocs défaillants) aura lieu fin août de l'année en cours.

A l'issue des rattrapages, une commission de délivrance du titre se réunira afin de statuer sur chaque étudiant ajourné.

VII. Les projets professionnels :

Au cours de sa formation, l'étudiant sera amené à élaborer 2 projets professionnels, qui seront 2 temps-forts de la formation :

1^{er} semestre : STRATEGIE DE LANCEMENT D'UN NOUVEAU PRODUIT (travail en groupe de 3 ou 4 étudiants, soutenance orale collective)

2^{ème} semestre : PROJET DE DEVELOPPEMENT DIGITAL DE L'ENTREPRISE (travail individuel et soutenance individuelle)

Un formateur référent vous accompagnera dans votre démarche.

VIII. Modalités de suivi de la formation :

Une feuille d'émargement sera conjointement signée par le formateur et chaque alternant, à l'issue de chaque module de formation, permettant d'attester de l'exécution de l'action de formation.

IX. Listes des formateurs :

FORMATEURS	SPECIALITE
Mme MARIANI Evelyne	English Business
M LECLERC Pascal	Management
Mme BEVERAGGI Sophie	Marketing stratégique / Analyse des tendances et veille / Lancement d'un nouveau produit / Pilotage de projets / Animation de groupe
M. LEKHCHINE Karim	Stratégie digitale / création de site et Webmastering / Création de contenus multimédias / Analyse d'audience et développement de la visibilité digitale / E-commerce et E-logistique / Community Management
M MORA Anthony	Marketing service, luxe / Marketing opérationnel / Analyse et optimisation de l'expérience client / Marketing événementiel / Plan d'Action Commerciale / Prospection, vente, fidélisation multicanales / Pilotage de la performance commerciale / Tableau de bords / Calcul de rentabilité / Business Game / Projet de développement de l'entreprise
M GABRIEL Pierre	Identité de marque et stratégie de communication 360° / Créativité et Copy Strategy
Mme PENNACCHIO Marlène	Soft Skills

X. Session et tarifs :

Chaque année une session est ouverte, sous réserve d'un nombre d'étudiants suffisants (6 minimum), pour une durée 12 mois. La formation en alternance est financée par France Compétences sous réserve de l'accord de l'OPCO.