BACHELOR MARKETING DIGITAL
Titre RNCP Responsable Marketing et Commercial

Rentrée 2021

Rentrée Octobre :
Date Limite d'inscription : 15 Septembre 2021
Rentrée des classes : 4 octobre 2021
Nombre de places en formation : 25

MBS Éducation – Groupe FORMEKO
01 45 35 28 28
5 rue des Reculettes / 40 rue de la Colonie
75013 PARIS
Info@mbseducation.fr
www.mbseducation.fr

>Edition du 01/06/2021

INTITULE DE LA FORMATION

BACHELOR Européen MARKETING DIGITAL

INTITULE DU DIPLOME

TITRE ENREGISTRE AU RNCP DE NIVEAU II (FR) ET DE NIVEAU 6 (EU)

TITRE RNCP : Responsable Marketing Commercial

IDENTIFIANTS DE LA FORMATION

Code NSF 312

Fiche RNCP 31900 – Mention Marketing Digital

APTITUDES VISEES PAR LA FORMATION

► Définition du métier

Le responsable marketing commercial est un stratège marketing. Il analyse les ventes et donne les objectifs commerciaux et stratégiques aux chefs de produit.
Il participe à la définition du plan marketing (catalogues, études de marché, argumentaires …) il contribue à l'élaboration de la stratégie produits et image de marque.

Le titulaire du Bachelor Marketing Digital aura pour missions de :

- Définir le budget et suivre sa réalisation ;
- Manager et motiver les équipes de la direction marketing ;
- Superviser le développement et le lancement des produits ainsi que la mise en œuvre des actions promotionnelles en coordination avec le service commercial ;
- Assister les commerciaux ;
- Mesurer et analyser les retombées de chaque action et, en fonction des résultats, réadaptesa stratégie.

► Contexte professionnel

Emplois concernés

Assistant(e) de communication, participe aux actions de communication (clients, prospects, partenaires, salariés) et réalise tout ou partie des activités techniques de ces opérations.

Chargé(e) de développement commercial et marketing, recueille les recommandations de la direction des vente, analyse l'action des commerciaux contact direct de la clientèle, et les traduit en plans d'actions susceptibles d'augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise.

Chargé(e) de communication, développe et met en œuvre la stratégie de communication interne ou externe de l'entreprise pour attirer et fidéliser la clientèle. Il/elle a pour objectif

d'améliorer l'image de marque de l'entreprise.

Chef de produit junior, sa mission consiste à accompagner toutes les étapes de la vie d'un produit ou d'une gamme de produits de sa conception jusqu'à sa mise en vente.

Chef de projet en marketing, il/elle coordonne les différentes équipes pour rendre opérationnelle une stratégie de communication. Il a un œil sur tout : définition du projet, constitution des équipes ou encore respect du budget.

Chef de secteur, il/elle joue un rôle de représentant d'une marque auprès, notamment, des grandes surfaces. Sa mission principale consiste à développer le chiffre d'affaires de sa société en mettant en place différentes stratégies commerciales.

Développeur commercial et marketing, il/elle met en œuvre des actions dans les domaines commercial et marketing visant à répondre aux besoins de la clientèle.

Responsable marketing opérationnel, est chargé de décliner la stratégie e-marketing e multicanal de son entreprise (marché, produit, positionnement, distribution) et d'assurer le suivi opérationnel des projets. Il contribue à l'optimisation, au développement des ventes et à la rentabilité de sa société.

Responsable marketing client, met en œuvre un ensemble d'outils destinés à entretenir des relations individualisées et interactives avec les clients et à développer la connaissance client.

Responsable marketing et commercial, est chargé(e) d'améliorer le chiffre d'affaires de l'entreprise et la marge par types de clientèle. Il ou elle coordonne les activités nécessaires à la progression des différentes gammes de produits dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise.

Environnement de l'emploi - Types d'organisations

On ne peut pas dire que le marketing est un secteur d'activité en lui-même, il s'agit plutôt d'une fonction nécessaire dans chaque secteur d'activité. On retrouve du marketing dans la mode, dans le tourisme, dans le luxe ou encore dans le commerce.

Statut dans l'organisation

Selon la taille de l'entreprise, les missions du responsable marketing s'apparentent à celles du directeur marketing. Il peut être rattaché au directeur général, directeur d'activité ou de filiales ou encore au directeur commercial.

PUBLIC CIBLÉ

✓ Etudiants ✓Demandeurs d'emploi ou intérimaires ✓Evolution ou Reconversion professionnelle ✓ Salariés des organisations (entreprises, administrations, associations etc..).

PRÉ-REQUIS

✓ Être titulaire d'un diplôme de niveau 5, ou expérience professionnelle dans le cadre de l'évolution ou de la reconversion.

QUALITES PERSONNELLES

Le titulaire du Bachelor Marketing Digital, doit être doté de plusieurs qualités personnelles :

- Capacité à fédérer et animer une équipe,
- Appétence pour le secteur des technologies, des réseaux sociaux.
- Goût pour les filières commerciales et marketing
- Le sens de la négociation,
- Capacité à convaincre,
- Sens de l'observation et de l'écoute,
- Sens du relationnel,
- Sens de créativité,
- Une forte capacité de travail.

CONTENU DE LA FORMATION

• Matières professionnelles :

1. Introduction à la planification stratégique et Marketing
2. Le plan stratégique d'entreprise
3. Le plan Marketing Stratégique
4. Contenu d'un audit marketing stratégique
5. Le plan Marketing opérationnel
6. Marketing B to B
7. E-Marketing : E-Business, Enjeux de l'omni canal, mise en œuvre du E-Marketing
8. Droit et obligations du web 3.0
9. Règlementation du E-Marketing
10. Régime juridique de la protection des ventes, de la collecte des données
11. Data et Marketing : enjeux et impacts, déploiement d'une stratégie « Data driven », impact UX
12. Communication digitale : stratégie, chaîne de production graphique
13. Digital Brand content, Stratégie Inbound marketing.

- Matières générales :
  Culture Européenne
  Management interculturel
  Langue Vivante (Anglais)

Plus de détails sur le référentiel du Bachelor :
https://fede.education/fede-degree/bachelor-europeen-marketing-digital/

MODALITÉS ET CONTENUS D'INFORMATION

✓ Informations sur la formation Tél. : 01 45 35 28 28
ou internet : https://mbseducation.fr/cursus/cycle-bachelor-international/b3-marketing-digital/

✓ Inscription à l'information collective qui précède la formation

✓ Sélection : Dossier pédagogique, tests et entretien

PROCEDURE D'ADMISSION DES PARTICIPANTS

1. Le téléchargement du dossier de candidature sur notre site internet **www.mbseducation.fr** ou sur demande au 01 45 35 28 28
2. A réception du dossier complet, vérification des prérequis d'entrée en formation.
3. Une session de tests au cours de laquelle vous passez des QCM (expression écrite, Culture générale, anglais) ainsi qu'un un entretien de motivation et de positionnement avec le conseiller en formation. Durée 1h00.
4. Remise de la décision d'admission finale et/ou de la proposition d'accompagnement.
5. Notre équipe de conseillers en formation est là pour vous accompagner et vous aider dans la recherche de poste en alternance ou en stage.

Durée estimée entre 1 et 2 mois.

COMPÉTENCES VISÉES DE LA FORMATION

La préparation au diplôme vise l'acquisition des compétences décrites dans le référentiel de certification. Les situations de travail proposées en formation vont permettre le développement de ces compétences mais aussi de compétences transversales.

ORGANISATION DE LA FORMATION

✓ La durée de la formation : 600 heures pour les CPF de transition professionnelle en temps complet ; 600 heures pour les alternances, 600 heures en formation initiale.

✓ Lieu de dispense de la formation : 2 campus : 40 rue de la Colonie et 5 rue des Reculettes – 75013 Paris

✓ Le mode de dispense de la formation : Formation Synchrone et en présentiel (selon les conditions sanitaire, mise en place d'une plateforme Zoom d'enseignement synchrone à distance)

✓ L'organisation du calendrier de formation : Alternance, Initial, temps plein, temps partiel

✓ Les modalités de formation : Contrat de professionnalisation, Contrat d'apprentissage, CPF de transition professionnel, formation initiale.

✓ Restauration sur les campus : Non

Accessibilité handicapés : Oui aux différentes familles de handicap : Moteur, sensoriel,auditif et visuel, handicaps mentaux cognitifs et psychiques. Contactez notre référent handicap pour les détails de l'adaptation de votre parcours : https://mbseducation.fr/alternants-en-situation-de-handicap/

METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES :

- La méthode expositive, transmissive ou magistrale ;
- La méthode démonstrative ;
- La méthode interrogative ;
- La méthode active ou dite « de découverte » ;
- La méthode expérientielle.
- Les supports de présentation classiques de type PowerPoint
- Les supports vidéo
- Des supports réels tels qu'objets ou matériels
- Les jeux de formation
- Business Game
- Salle Informatique équipée PC et logiciels spécifiques
- Imprimante
- Plateforme collaborative EDULOG

MODALITES D'EVALUATION DES SAVOIRS :

Les compétences sont évaluées en cours de formation avec 2 types d'évaluation :

En Contrôle continu de type étude de cas, mise en situation, QCM, contrôle des connaissances, exercices d'application, présentation orale .... (3 notes minimum par matière et par semestre).
En Examen Blanc organisé dans les conditions d'examens.

MODALITES DE VALIDATION DES COMPETENCES :

Les compétences liées aux savoirs sont validées par les formateurs et ou les tuteurs d'entreprise à partir du contrôle continu, des examens blancs, des tâches réalisées en entreprise.

Les compétences acquises sont identifiées dans le bulletin semestriel individuel.

COÛT PEDAGOGIQUE DE LA FORMATION

En formation en alternance ou apprentissage : Sans prise en charge par l'apprenant : Selon les contrats d'alternance, prise en charge par un OPCO de branche d'activité 9 000 € en contrat de professionnalisation, 9 000 € en contrat d'apprentissage, 5 200 € en CPF de transition professionnelle pour 600 heures / an.

En formation en initial :
Prise en charge par l'apprenant :5 200 € pour une formation de 600 heures sur un an.

DURÉE DETAILLÉE DE LA FORMATION

	Liste des unités capitalisables	Contenu	Horaires indicatifs en face à face pédagogique
Épreuves obligatoires	**UE D** UC D31	Expertise professionnelle	320 à 435 h
	UC D32	Stage ou projet tutoré	12 semaines
	UE B UC B31*	Langue vivante européenne 1 *Utilisateur indépendant*	80 à 100 h
	UE A UC A2	Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	40 à 60 h
	UC A3	Le management interculturel et les ressources humaines en Europe	40 à 60 h
Épreuves facultatives	UC B32*	Langue vivante 2 *Utilisateur indépendant*	
	UC B33*	Langue vivante 3 *Utilisateur indépendant*	

EVALUATION DE LA FORMATION – OBTENTION DU DIPLOME

	Bachelor européen Marketing Digital				Temps plein, temps partiel, alternance		Formation tout au long de la vie	
	Épreuves	U.C.	ECTS	Coeff.	Forme ponctuelle	Durée	Forme ponctuelle	Durée
	D3 Expertise professionnelle	D31	21	7	Épreuve professionnelle écrite	6h00	Épreuve professionnelle écrite	6h00
		D32	21	6	Entretien professionnel	0h30	Entretien professionnel	0h30
	B31 Langue Vivante Européenne 1	B31.1	6	2	Ecrit	1 h	Ecrit	1 h
		B31.2	6	2	Oral	45min	Oral	45min
	A2 Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	A2	3	1	QCM en ligne	40 min	QCM en ligne	40 min
	A3 Le management interculturel et les ressources humaines en Europe	A3	3	2	QCM en ligne	40 min	QCM en ligne	40 min
	Total		60	20				
Epreuves facultatives	B32 Langue Vivante 2	B32	6		Écrit + Oral	105 min	Écrit + Oral	105 min
	B33 Langue Vivante 3	B33	6		Écrit + Oral	105 min	Écrit + Oral	105 min

ACTIONS EN CAS DE NON-OBTENTION DU DIPLOME

En cas d'échec, le candidat bénéficie et conserve dans chaque matière les notes égales ou supérieures à 10 (délai 5 ans). Le candidat pourra se présenter aux sessions prochaines en candidat libre, formation initiale ou continue.

CLOTURE DE LA FORMATION

Remis à chaque participant

- Bulletins annuels
- Livret de formation validant les compétences

- Attestation de fin de formation comprenant les heures réalisées

Federation for EDucation in Europe
Fédération Européenne Des Ecoles

BACHELOR EUROPÉEN
MARKETING DIGITAL

Dynamisé à la fois pas les évolutions technologiques et par les nouveaux usages, le marketing digital a évolué pour s'adapter aux attentes et aux besoins des internautes et regroupe désormais toutesles pratiques liées au marketing qui utilisent des supports et médiasweb. Quels que soient la taille de l'entreprise, son domaine d'activité,ou le nombre de ses salariés, une stratégie marketing digital est unincontournable pour garantir un positionnement et une visibilité sur lelong terme. Cette formation forme des professionnels opérationnels, maîtrisant les aspects business et techniques, pour capitaliser sur des pratiques nouvelles et anticiper les technologies et évolutions futures et ainsi devenir des experts dans la création, la mise en oeuvreet la gestion de stratégies marketing digital dans un environnementB to B (Business to Business) ou B to C (Business to Customer).

PERSPECTIVES D'EMPLOI

- Directeur(trice) de projets digitaux
- Expert(e) en marketing stratégique
- On line Marketing Manager
- Responsable marketing digital
- Responsable marketing client et marketing relationnel
- Responsable Pôle Web
- Chef de projet digital
- Consultant(e) social media
- Webmarketer
- Consultant(e) e-marketing et e-business

OBJECTIFS ET COMPÉTENCES

• Appréhender l'écosystème numérique et développer l'entreprise grâce aux leviers digitaux

• Maîtriser les aspects techniques, marketing et communication du Web en vue de l'élaboration et du déploiement de la stratégie marketing digital de l'entreprise

• Utiliser les outils numériques pour mettre en œuvre une stratégie de présence efficace sur les médias sociaux

• Mettre en place des plans d'action permettant d'optimiser la satisfaction client

• Maximiser la performance de chacun des leviers d'acquisition

• Analyser et optimiser l'expérience utilisateur

• Manager une équipe et travailler en équipe, dans le cadre d'une gestion de projet web

• Être force de proposition, innover

Développé par des professionnels et des experts, ce Bachelor Européen Marketing Digital se distingue par son caractère innovant et opérationnel, en totale adéquation avec les besoins des structures qui recherchent des profils avec des compétences transversales et dotés d'un sens des responsabilités.
Cette forte valeur ajoutée prépare les apprenants à de réelles perspectives d'évolution dans des postes qui nécessitent connaissances, discrétion et action.

BACHELOR EUROPÉEN

Marketing Digital

60 crédits ECTS

Prérequis

Le Bachelor Européen Marketing Digital est accessible :

- Aux étudiants ayant validé un diplôme de niveau 5 du Cadre Européen des Certifications (CEC), leur ayant permis d'acquérir 120 crédits ECTS.

- Par la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE), pour tout candidat ayant une expérience d'au moins un an, en lien direct avec la spécialité du Bachelor Européen.

PROGRAMMES

1 - Marketing stratégique et opérationnel et E-marketing

Ce module permet :
- D'identifier les enjeux du plan Marketing : Pourquoi ? Pour qui ? Comment ?
- D'interpréter le plan stratégique d'entreprise
- De rédiger un plan Marketing stratégique
- De rédiger un plan Marketing opérationnel
- D'appréhender les principes fondamentaux du marketing B to B
- De s'approprier l'ensemble des outils du marketing B to B
- De développer des réflexes marketing applicables à chaque étape de la démarche B to B et sur différents marchés

2 - E-marketing et Droit du marketing et du digital

Ce module permet :
- De saisir les enjeux et les avantages du e-marketing
- D'identifier les éléments clefs d'une stratégie e-business
- D'élaborer une stratégie e-marketing pertinente
- D'identifier les règles applicables au marketing digital
- De sécuriser juridiquement la stratégie et les opérations marketing en ligne

3 - Stratégie UX, Data et marketing, Communication digitale et « Digital Brand Content »

Ce module permet :
- D'Identifier les spécificités du web pour améliorer la navigation et optimiser le parcours utilisateur sur les supports numériques de l'entreprise
- D'Appréhender les étapes clés du déploiement d'une stratégie UX
- De savoir utiliser les outils et les ressources d'une démarche UX
- De comprendre les enjeux et les impacts du data marketing
- D'appréhender les méthodes, démarches et outils au service d'une stratégie marketing innovante
- D'améliorer les performances des stratégies marketing
- De définir les enjeux de la présence de l'entreprise sur internet
- De concevoir et déployer une stratégie de communication digitale
- D'identifier les éléments clés de la chaîne de production graphique
- D'appréhender les caractéristiques du « Digital Brand Content »
- D'élaborer une stratégie de contenu de marque
- D'inclure le Digital Brand Content dans une stratégie d'Inbound marketing

4 - Pratique professionnelle

Le point fort du Bachelor européen de la FEDE est la mise en contact réelle de l'étudiant avec le monde du travail afin d'approfondir sa formation et son projet professionnel. L'étudiant met en œuvre un travail personnel afin d'utiliser les connaissances et compétences acquises au cours de la formation.

Dans le cadre d'un stage en entreprise, il découvre son futur milieu professionnel en appréhendant les réalités d'une action professionnelle. Dans le cadre d'un projet tutoré, il élabore et met en œuvre une stratégie permettant la réalisation effective d'une action professionnelle.

Ce module pratique fait l'objet de la rédaction d'un mémoire ou rapport d'activité et d'une soutenance orale.

5 - Culture et citoyenneté européennes

Cette unité permet :
- D'acquérir une culture solide sur le fonctionnement, les institutions, les aspects géographiques, géopolitiques et économiques de l'Europe
- De comprendre le modèle européen et ses particularités, à la fois d'un point de vue historique, mais aussi d'un point de vue réglementaire, juridique et culturel
- De comprendre l'Europe au sens large du terme (interculturalité, ressources humaines, politiques et religions, commerce international, fiscalité européenne…)
- D'acquérir un ensemble d'outils permettant d'envisager la création d'une activité économique dans un pays de l'Union européenne
- De s'approprier certains codes culturels afin de comprendre leurs impacts dans les relations interpersonnelles
- D'accompagner et de favoriser la mobilité des salariés et des talents afin de leur permettre d'évoluer dans un contexte international

6 - Langue vivante européenne

Ce module permet :
- D'acquérir le niveau B1 (écrit et oral) du CECR de maîtrise d'une langue vivante européenne

La validation de ce module donne lieu à la délivrance du Certificat de langues FEDE, respectant les préconisations du CECRL et reconnu par l'IFEF.

Pour en savoir plus :
https://www.fede.education/fr/nos-diplomes/

Federation for EDucation in Europe
Fédération Européenne Des Ecoles

INGO holding participatory status with the Council of Europe / *OING dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe*
INGO holding consultative status with La Francophonie / *OING dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie*
Transparency Register of the European Union: 313869925841-90 / *Registre de transparence de l'Union européenne : 313869925841-90*
Imprimé nos soins - DR Crédit Shutterstock
Document non contractuel susceptible d'être modifié – Toute reproduction interdite / Non-contractual document. Subject to change © FEDE 2019