

Manager du Marketing et de la Performance Commerciale

Titre certifié de niveau 7- délivré en partenariat avec Science U Lyon – inscrit au RNCP



vincent de paul

Le Manager du Marketing et de la Performance commerciale contribue à la définition au déploiement de la politique commerciale et marketing de l'entreprise. Ses champs d'actions ne sont pas seulement le commercial et le marketing mais aussi le management, la finance et le juridique. Les objectifs fixés peuvent être quantitatifs et qualitatifs (satisfaction clientèle, adaptation de l'offre de l'entreprise, veille...).



Pour qui ?

- Les titulaires d'un diplôme de niveau 6, Bac+3 minimum, ayant acquis un socle de connaissances commerciales et mercatiques.
- Les salariés dans le cadre d'un contrat en alternance ou dans le cadre du Plan de Développement des Compétences, de la VAE, du CPF monétisé ou du CPF de Transition Professionnelle...

Dans quelles entreprises ?

- Tous les secteurs d'activités nécessitant des cadres opérationnels dans le secteur de la communication, du marketing, du marketing digital sont concernés : l'industrie, les services, la grande distribution spécialisée ou non...et toutes les tailles d'entreprises TPE, PME/PMI, TGE, centre de profit...

Pour quelles missions ?

Il est le lien entre la Direction et les équipes commerciales ou marketing de l'entreprise et de ses partenaire (force de vente, équipes marketing, acteurs du réseau de distribution...)

Ses différentes fonctions peuvent être exercées sur une zone de clientèle, sur une catégorie de produits, un périmètre géographique ou un circuit de commercialisation, le e-commerce, ou par la responsabilité d'un centre de profit.

Il peut également exercer ses fonctions seul en expert de son domaine, ou être en charge de l'ensemble des missions commerciales et marketing d'une PME.

- Analyser l'environnement interne et externe de l'entreprise
Déterminer ainsi les opportunités de croissance
Permettre ainsi d'identifier le positionnement de l'entreprise
Définir la politique commerciale et marketing de l'entreprise sur les marchés
Identifier les clients actifs ou dormants
- Définir la stratégie marketing et commerciale
Optimiser le business modèle de l'entreprise
Mettre en œuvre la stratégie d'entreprise
Déterminer actions de développement et les clients à développer ou à conquérir

- Piloter le développement marketing et commercial
Développer le plan marketing en actions opérationnelles
Mettre en œuvre des actions commerciales
Mesurer l'atteinte des objectifs

Et après ?

- Insertion professionnelle.
- Poursuite d'études en Titres de niveau 8

Quelles perspectives professionnelles ?

- Manager/responsable commercial
- Directeur Marketing
- Business Developer

Centre de Formation
Professionnelle
et d'Apprentissage

710 rue de l'Aulanière
ZI Courtine - 84000 Avignon
Tél 04 90 80 66 66
contact.cfc@vincentdepaul84.fr

www.vincentdepaul84.com

Manager du Marketing et de la Performance Commerciale

vincent de paul

Modalités d'inscription

- Téléchargement du dossier de candidature sur www.vincentdepaul84.com
- Etude du dossier scolaire
- Réunion d'information
- Entretien individuel (motivation, projet professionnel)
- Délai d'admissibilité de 2 à 4 semaines

CONDITIONS D'ADMISSION

- Avis favorable
- Obtention d'un contrat en alternance
- Début de formation en septembre

LES +

- Diagnostic sur le projet
- Aucun frais d'inscription pour les alternants
- Prise en charge des formations par les OPCO
- Devis personnalisé pour les personnes sans prise en charge
- Formation accessible aux personnes en situation de handicap (Réfèrent handicap : Laurent Trans ou Lucile Muller)
- Centre agréé TOEIC et certification Voltaire



Centre de Formation Professionnelle et d'Apprentissage

710 rue de l'Aulanière
ZI Courtine - 84000 Avignon
Tél 04 90 80 66 66
contact.cfc@vincentdepaul84.fr

www.vincentdepaul84.com

Chiffres clés



Mise à jour : novembre 2020

Organisation de la formation

Durée de la formation

- 910 heures/2 ans

Rythme de l'alternance

- 13 semaines de formation réparties pour chaque année de formation (1 semaine de cours en moyenne par mois).

Suivi du parcours de formation

- 2 visites en entreprise par an par un formateur référent.

Contenu de la formation

- UC1 : Stratégie d'entreprise
- UC2 : Stratégie Marketing et commerciale
- UC3 : Pilotage du Développement Marketing et commercial
- Dossiers Professionnels
 - Diagnostic stratégique
 - Plan marketing et commercial
 - Lancement de produit
 - Mémoire

Conditions de délivrance du titre

Contrôle continu : évaluations fin de module, cas d'entreprise, TP et applications pratiques, oraux

Examen final : Un projet par UC, un mémoire de recherche et soutenance en fin de 2^e année.

Sont admis à l'issue des épreuves, les étudiants qui remplissent l'ensemble des conditions suivantes :

- Avoir été présent à l'ensemble des évaluations
- Avoir une moyenne égale ou supérieure à 10/20 dans chacune des UC

- Ne pas avoir de note inférieure à 10 dans l'UC Mémoire et Projets

Un rattrapage pour les modules non validés est organisé en septembre de l'année suivante. L'étudiant a deux ans pour représenter les modules non validés.

Modalités d'examen

 Il n'y a pas de coefficient affecté aux épreuves

Epreuves	Forme	Durée
UC1 à UC3	Contrôle continu	En cours d'année
Evaluation entreprise	Pratique	Compétences acquises en milieu professionnel
Partiels de fin d'UC	Ecrit / Oral	En cours d'année
Mémoire	Ecrit	A rendre aux dates fixées
Soutenance	Orale	Juillet de l'année 2