

RESPONSABLE MARKETING OPERATIONNEL

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE DE NIVEAU 6 (EU)

En partenariat avec



Autorité de Certification

2020 - 2021

EXEMPLE DE POSTES OCCUPÉS DURANT LA FORMATION

Assistant Chef de Projet

Assistante Acquisition & Fidélisation de Clients

Assistante Commerciale & Marketing

Assistante Chef de Produit

Assitante Marketing & Communication

Chargé du Développement Régional

Chargée de Développement Produit

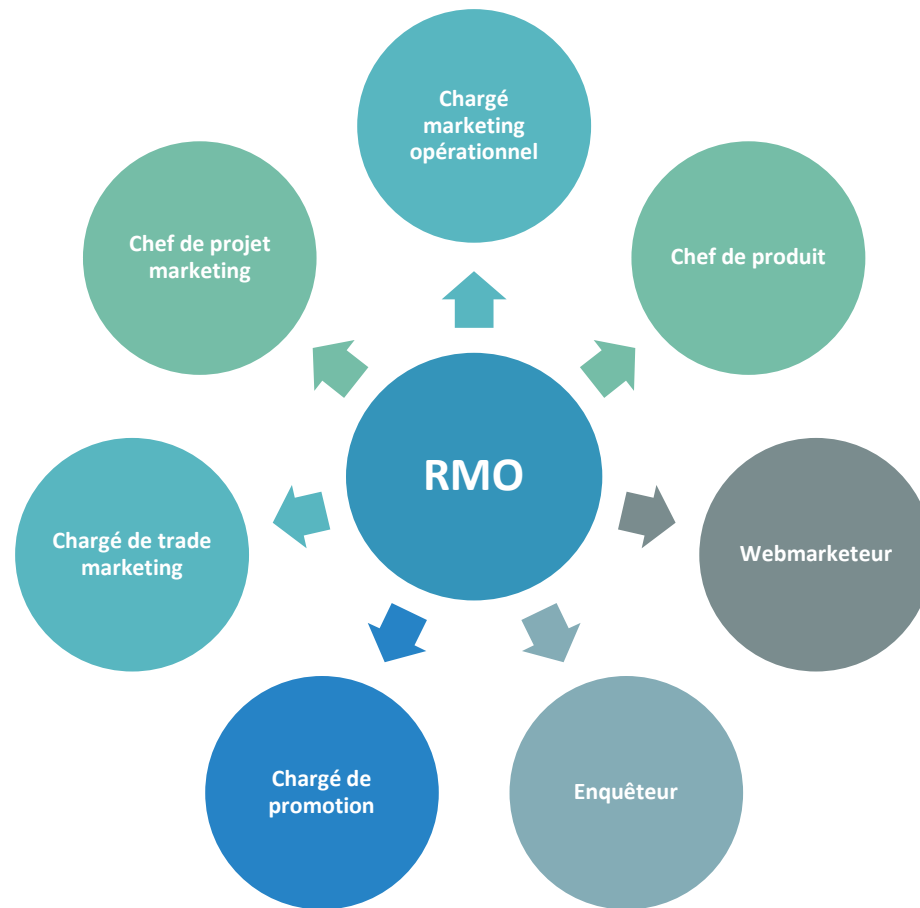
Chef de Projet

Chef de Projet Digital

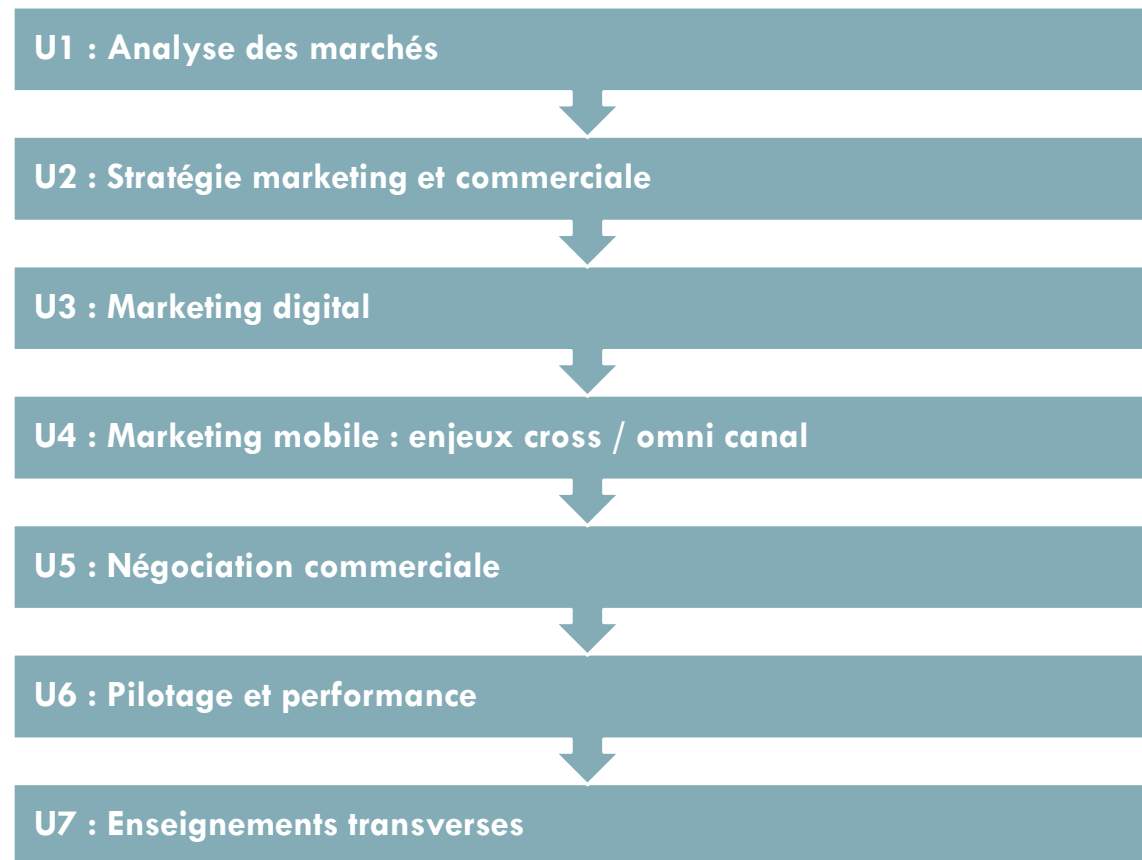
Chef de Projet Marketing

Responsable du Développement Commercial & Marketing

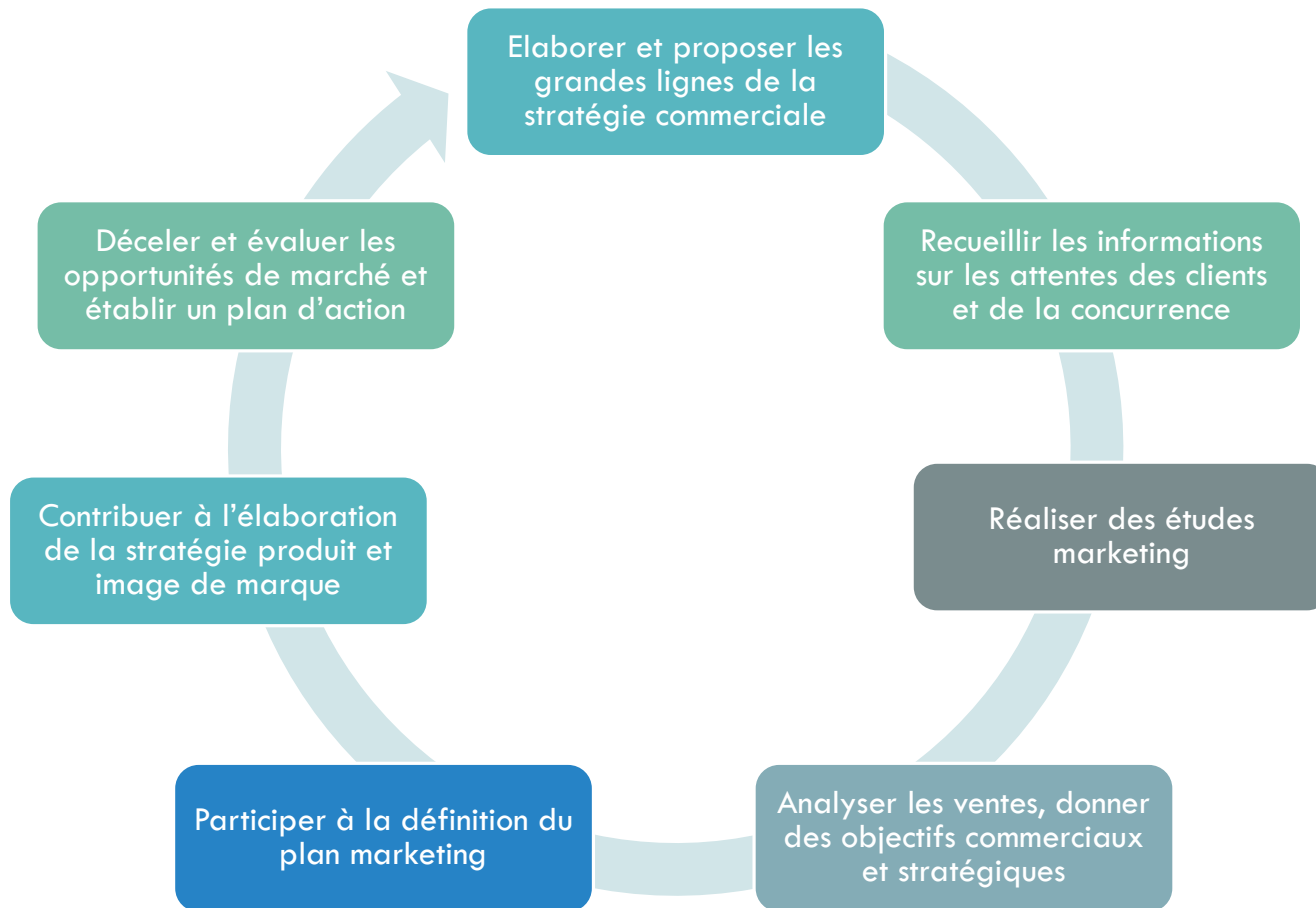
LES DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS



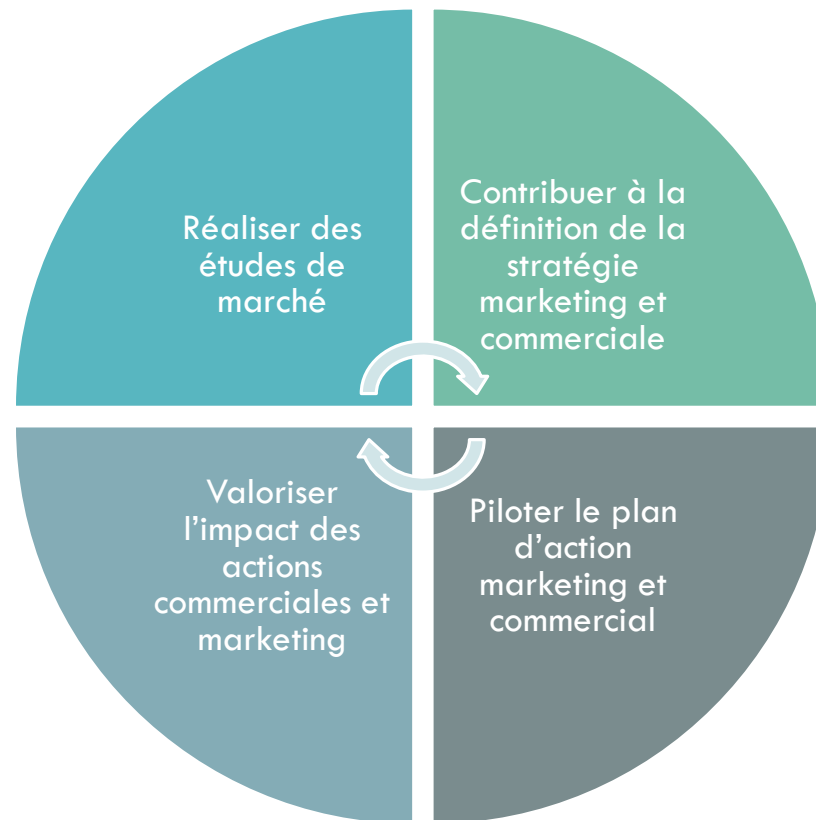
LE PROGRAMME



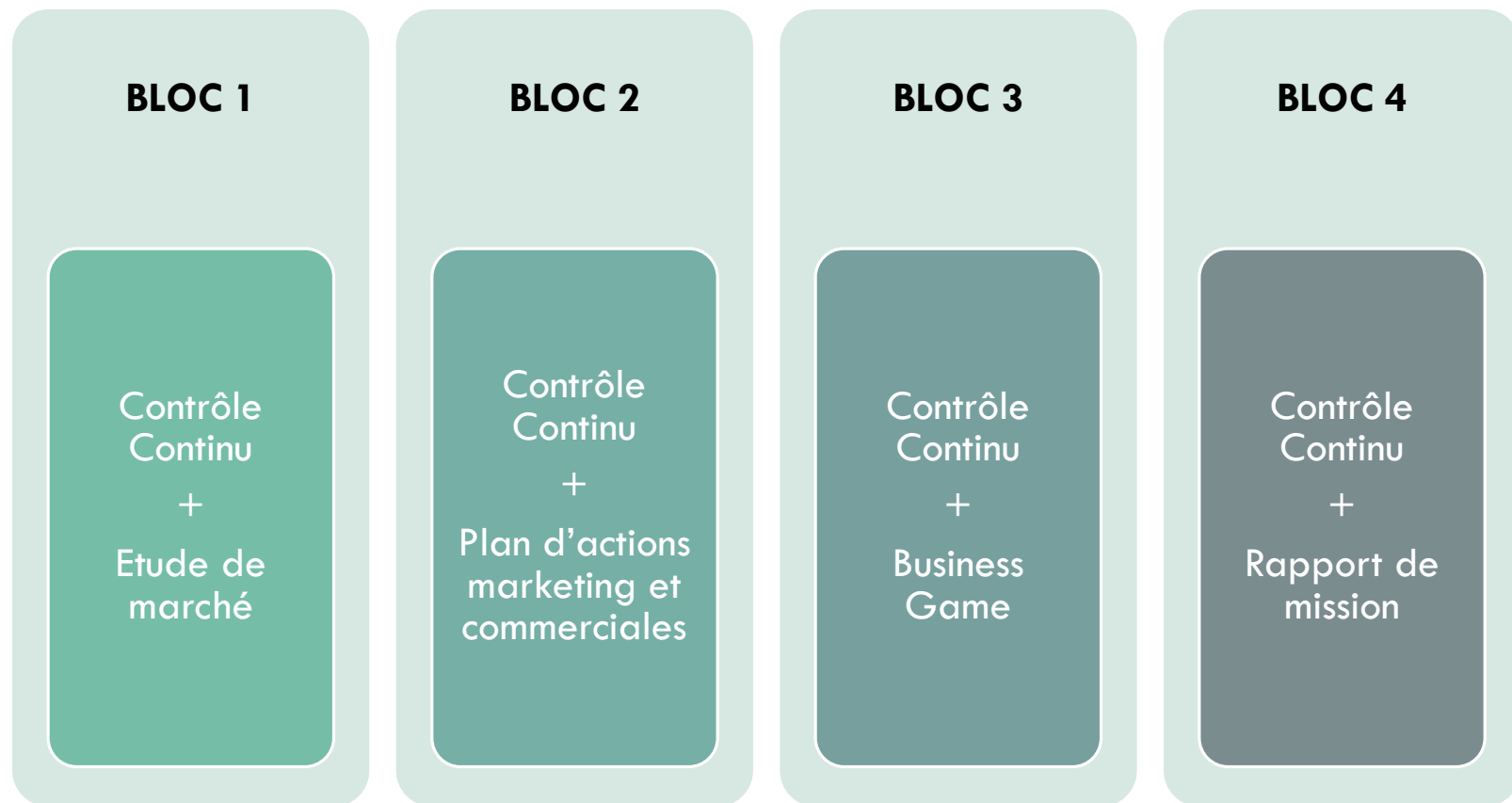
LES MISSIONS



LES COMPÉTENCES



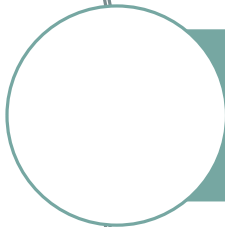
MODALITÉS D'ÉVALUATION DES BLOCS DE COMPETENCES



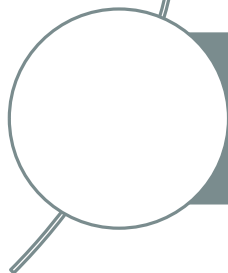
ETUDE DE MARCHÉ



Au cours du 1^{er} semestre, les apprenants doivent réaliser une étude de marché liée à un produit ou à une activité.

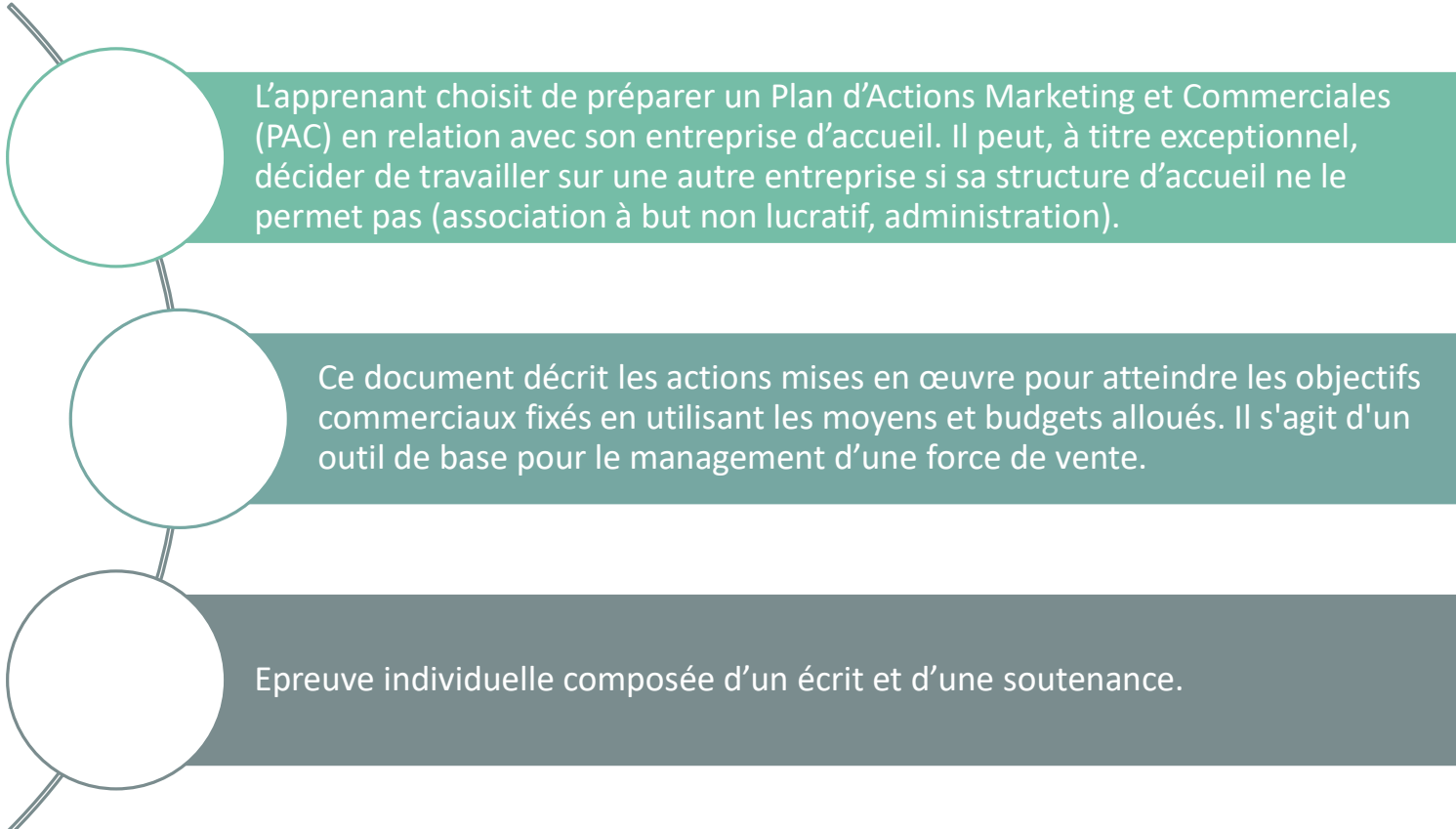


L'évaluation porte sur le choix et l'application des méthodes, sur les capacités à rechercher et à trouver des informations pertinentes sur les marchés, et sur la qualité des conclusions proposées concernant le positionnement du produit ou de l'activité choisie.



Epreuve individuelle composée d'un écrit

PLAN D' ACTIONS MARKETING ET COMMERCIALES

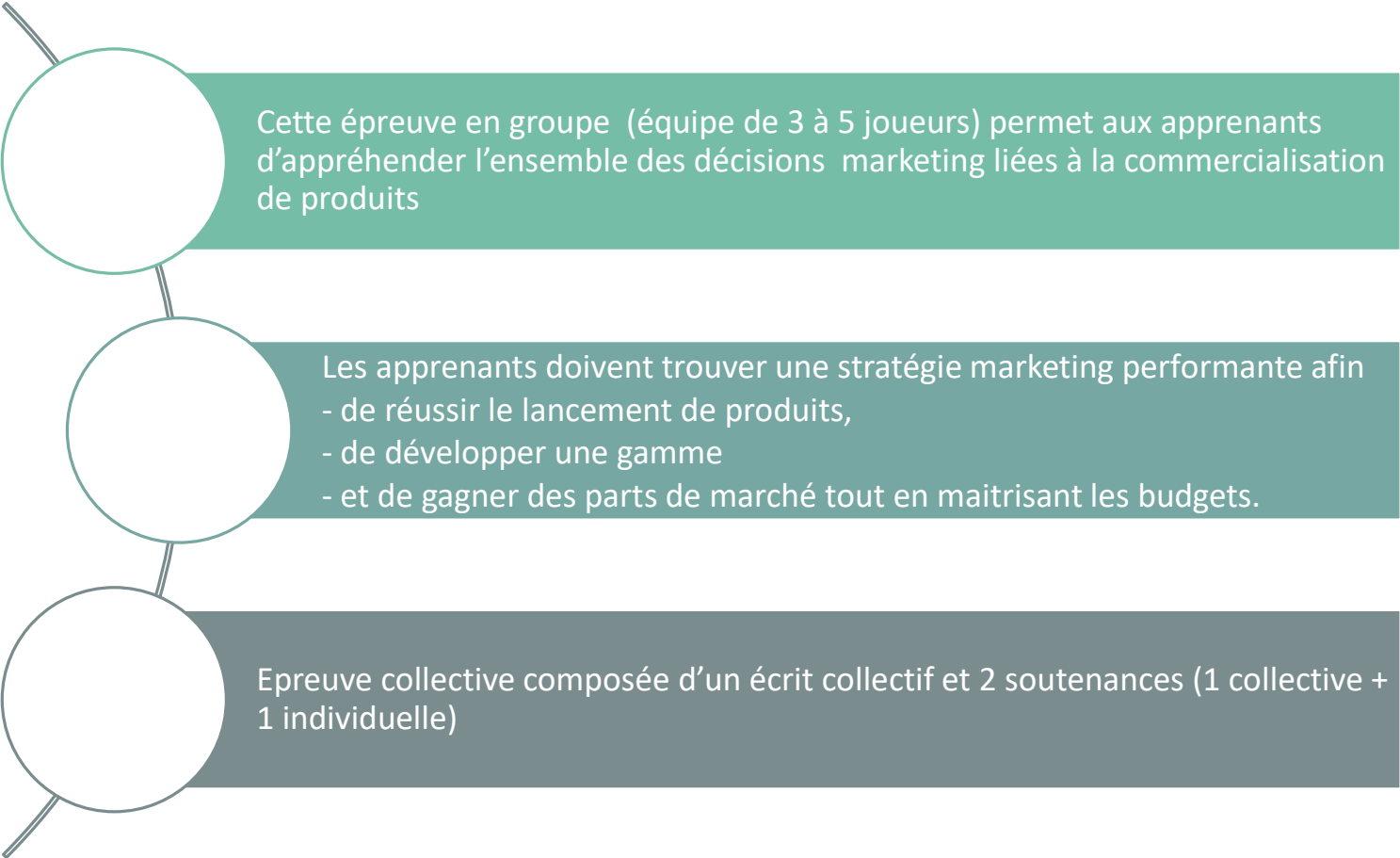


L'apprenant choisit de préparer un Plan d'Actions Marketing et Commerciales (PAC) en relation avec son entreprise d'accueil. Il peut, à titre exceptionnel, décider de travailler sur une autre entreprise si sa structure d'accueil ne le permet pas (association à but non lucratif, administration).

Ce document décrit les actions mises en œuvre pour atteindre les objectifs commerciaux fixés en utilisant les moyens et budgets alloués. Il s'agit d'un outil de base pour le management d'une force de vente.

Epreuve individuelle composée d'un écrit et d'une soutenance.

BUSINESS GAME



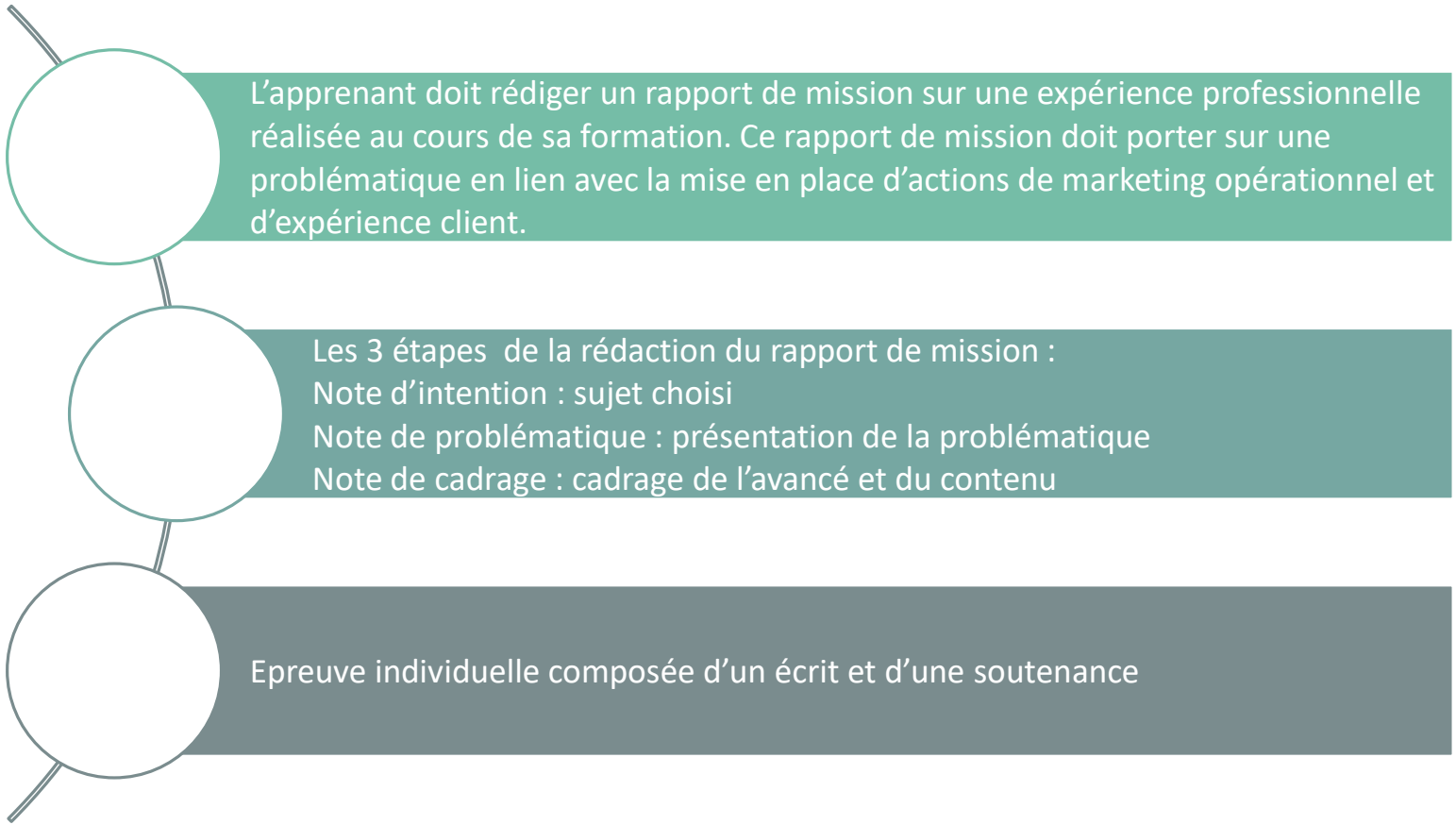
Cette épreuve en groupe (équipe de 3 à 5 joueurs) permet aux apprenants d'appréhender l'ensemble des décisions marketing liées à la commercialisation de produits

Les apprenants doivent trouver une stratégie marketing performante afin

- de réussir le lancement de produits,
- de développer une gamme
- et de gagner des parts de marché tout en maîtrisant les budgets.

Epreuve collective composée d'un écrit collectif et 2 soutenances (1 collective + 1 individuelle)

RAPPORT DE MISSION



L'apprenant doit rédiger un rapport de mission sur une expérience professionnelle réalisée au cours de sa formation. Ce rapport de mission doit porter sur une problématique en lien avec la mise en place d'actions de marketing opérationnel et d'expérience client.

Les 3 étapes de la rédaction du rapport de mission :

- Note d'intention : sujet choisi
- Note de problématique : présentation de la problématique
- Note de cadrage : cadrage de l'avancé et du contenu

Epreuve individuelle composée d'un écrit et d'une soutenance

MODALITÉS D'ATTRIBUTION DE LA CERTIFICATION PROFESSIONNELLE

Responsable Marketing Opérationnel – Niveau 6

L'attribution de la certification professionnelle est conditionnée à l'obtention d'une moyenne supérieure ou égale à 12/20 à chaque bloc de compétences



- Une session de validation des blocs non obtenus est organisée en Septembre 2021.
- La VAE