



Présentation

Le Responsable Marketing Opérationnel est chargé d'élaborer et de proposer à sa Direction les grandes lignes de la stratégie commerciale de l'entreprise. Pour cela, il recueille les informations sur les attentes des clients et sur la concurrence.

À l'écoute de l'évolution du marché et des informations collectées sur le terrain, le responsable marketing réalise des analyses marketing pointues. Il analyse les ventes et fixe les objectifs commerciaux et stratégiques aux chefs de produit; il participe à la définition du plan marketing (catalogue, études de marché, argumentaires...) et il contribue à l'élaboration de la stratégie produits et image de marque.

À partir de ces études, il a pour rôle de déceler et évaluer les opportunités du marché et d'établir un plan d'action. Parallèlement à ces compétences d'analyse et de synthèse, le responsable marketing doit posséder des compétences financières et juridiques, maîtriser l'informatique de gestion.



Qualités personnelles requises

Rigueur et adaptabilité
Méthode et organisation
Sens des responsabilités
Esprit de synthèse
Prise d'initiatives



Perspectives professionnelles

Chef marketing opérationnel
Chargé de trade marketing
Chef de produit
Webmarketeur
Chef de projet marketing



Conditions d'admission

Le Titre Responsable Marketing Opérationnel est une formation de deuxième cycle accessible aux titulaires d'un diplôme de premier cycle niveau III (BTS, DUT) ou d'un diplôme universitaire de niveau équivalent. L'admission se fait sur dossier de candidature, entretien de motivation et tests.



Rythme de la formation

La scolarité est dispensée par alternance ou en stage longue durée, de septembre à juin.
1 jour en école et 4 jours en entreprise.

BREST
02 98 42 22 20

LORIENT
02 97 83 62 07

Bachelor Responsable Marketing Opérationnel

Arrêté du 19/11/2014 publié au Journal Officiel du 29 novembre 2014 du RNCP en partenariat et délivré par C3 Institute.
Certification accessible par la VAE.



Modalités d'évaluation

Contrôle Continu COEF 2

Notes durant l'année

Étude de Marché COEF 2

Épreuve Écrite

Étude de marché
liée à un produit ou
une activité

Business Game COEF 2

Écrit et Oral

Proposition d'une stratégie
marketing et commerciale
pour une entreprise

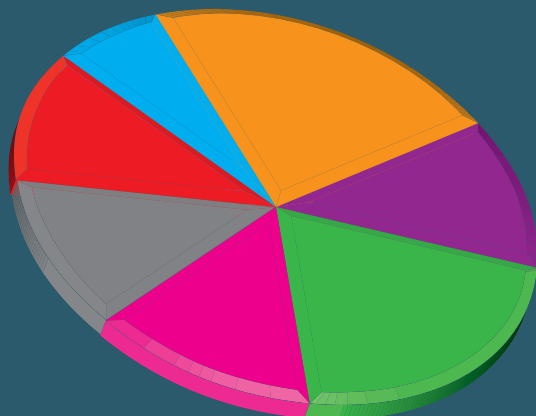
PFE COEF 4

Écrit et Oral

Projet de fin d'études
portant sur une expérience
professionnelle



Programme



Analyse des marchés

Veille concurrentielle
Diagnostic et stratégie marketing
Étude et recherche marketing
Comportement du consommateur

Développement des ventes

Négociation et gestion portefeuille
Marketing relationnel
Marketing viral
Marketing direct
Droit du marketing

Mix marketing

Produit et marques
Politique de distribution merchandising
Communication et plans média
Politique de prix
Développement international

Outils de pilotage

Organisation et planification
Gestion de projet
Management de projet et d'équipe
Prévision des ventes
Organisation

Valorisation d'impact

ROI/Analyse de coûts/Communication

Stratégie E-commerce

Environnement digital
Outils de développement du E-commerce

Enseignements transversaux

Anglais
Certification Voltaire en option

En partenariat avec



Réseau ORION



C3 Institute

Nombre de places limité à 20

Taux de réussite 92 % en 2017

www.escam.bzh