



#### 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 produit 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.

«Notre challenge: Votre avenir!»



#### 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 d'admission.

Accessible par la VAE et en formation continue, à la reconversion, aux demandeurs d'emploi et aux salariés.



#### Rythme de la formation

La scolarité est dispensée en alternance de septembre à juin.  
1 jour à l'école et 4 jours en entreprise.

# Bachelor Commerce (E-) Marketing & Expérience Client

Titre Responsable Marketing Opérationnel

Arrêté du 19 novembre 2014 publié au Journal Officiel du 4 janvier 2019 du RNCP en partenariat et délivré par C3 Institute.



## Modalités d'évaluation

Contrôle Continu  
COEF 2

Toutes les 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

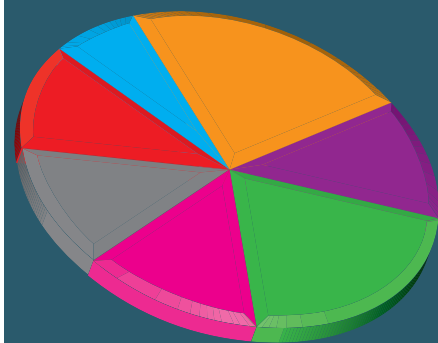
PFE  
COEF 4

Écrit et Oral

Projet de fin d'études  
portant sur une expérience  
professionnelle



## Programme



- Analyse des marchés**
  - Veille concurrentielle
  - Diagnostic et stratégie marketing
  - Études et recherches marketing
  - Comportement du consommateur et du e-shopper
- Développement des ventes**
  - Négociation et gestion portefeuille
  - Marketing relationnel
  - Marketing viral
  - Marketing direct
  - Droit du marketing
- Mix marketing**
  - Produits et marques
  - Politique de distribution merchandising
  - Communication et plans médias
  - Politique de prix
  - Développement International
- Outils de pilotage**
  - Organisation et planification
  - Gestion de projets
  - Management de projets et d'équipe
  - Prévisions des ventes
  - Organisation
- Valorisation d'impact**
  - ROI/Analyse de coûts/Communication
- Stratégie E-commerce**
  - Environnement digital
  - Outils de développement du E-commerce
  - Stratégie multi canal/cross canal
  - Gestion de projet E-commerce
- Enseignements transversaux**
  - Anglais



## Les + de la formation

- Passage de la Certification Voltaire (reconnaissance du niveau orthographique valable 4 ans)

### Poursuite d'études

- Bac+5 Management & Stratégie d'Entreprise

**550h d'enseignement**  
**Nombre de places limité à 20**

**ESCAM**

École de Brest - 22 rue de l'Eau Blanche - Tél. 02 98 42 22 20 - brest@escam.bzh

École de Lorient - 12 rue Eugène Pottier - Tél. 02 97 83 62 07 - lorient@escam.bzh

**Site Internet : [www.escam.bzh](http://www.escam.bzh)**