

PLAN D'ÉTUDES BACHELOR EUROPÉEN MARKETING INTERNATIONAL

TITRE RNCP

Chargé de développement marketing et commercial

Pré-requis :

Bac +2

ou 120 crédits ECTS
(à défaut, expérience
professionnelle requise)

Durée théorique :

1 an

(inscription garantie pendant 3 ans⁽¹⁾)

Nombre d'heures de formation :

1200 heures

Objectif de formation

Dans une économie de plus en plus mondialisée, le Bachelor européen Marketing International forme des professionnels dont la fonction est de développer l'activité internationale des entreprises. Ces experts du marketing à l'échelle mondiale sont chargés de piloter la stratégie de croissance et de gérer des projets à l'international en anticipant les tendances. Leurs missions, exercées dans un cadre multiculturel, sont multiples :

- Conception, mise en œuvre et évaluation des plans marketing
- Mise en place des plans d'actions commerciales et de fidélisation à dimension internationale
- Gestion administrative et commerciale des ventes export
- Management et suivi des équipes commerciales export
- Veille marketing, commerciale et réglementaire à l'international...

Titre RNCP

Le Bachelor européen Marketing International permet d'obtenir le titre RNCP de « Chargé de développement marketing et commercial », délivré par la CDE FEDE France. Ce titre RNCP de niveau 6 est reconnu par l'État et les entreprises.

Pour obtenir ce titre RNCP, les étudiants doivent obligatoirement :

- Respecter les conditions d'accès à la formation
- Effectuer l'intégralité des devoirs
- Réaliser la mission professionnelle prévue par le référentiel
- Se présenter et réussir les examens



Diplôme européen

Le Bachelor européen Marketing International est un diplôme de niveau Bac +3 délivré par la FEDE (Fédération Européenne Des Écoles) qui attribue 60 crédits ECTS.

Diplôme **BAC +3**



(1) La garantie d'inscription de 3 ans n'est pas valable pour les dispositifs de formation professionnelle continue CPF, contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation, les formations prises en charge par une région et les formations 100 % à distance gratuites et rémunérées par Pôle emploi. Dans le cadre de ces dispositifs, la durée de formation correspond aux dates indiquées dans le contrat.

Stage

La durée de stage est de 420 heures, soit 12 semaines. Les stages servent de support à l'épreuve professionnelle de soutenance.

Pour les candidats salariés dans le domaine de la formation, le stage n'est pas obligatoire. Leurs missions en entreprise doivent leur permettre de réaliser les dossiers professionnels.

Organisation de la formation

Le programme de formation est structuré en unités d'enseignement, conformément au référentiel. Chaque unité d'enseignement est composée d'un ou plusieurs cours qui sont organisés en séquences. Chaque cours comporte des exercices auto-corrigés de type QCM pour vérifier l'assimilation des connaissances (en moyenne 1 exercice par séquence).

Dans les matières générales, vous devrez réaliser, à la fin de chaque cours, les devoirs notés et corrigés par vos professeurs. Dans les matières professionnelles, vous aurez à effectuer les devoirs contenus dans l'unité d'enseignement D33, comptant dans le cadre du contrôle continu. Pour obtenir le titre RNCP, la réalisation de l'intégralité des devoirs est obligatoire (environ 7 devoirs sur l'ensemble de la formation).

Des examens blancs sont également mis à disposition pour vous préparer efficacement aux épreuves.

Examens

Les examens se déroulent entièrement en ligne, en janvier, juin et octobre, de façon globale ou progressive, selon vos disponibilités dans les délais fixés par la FEDE. Les épreuves orales se déroulent notamment en visioconférence (sous réserve de modifications des modalités d'examen).

La moyenne des notes obtenues aux devoirs de l'unité d'enseignement D33 sera comptabilisée dans le cadre du contrôle continu.

Les frais de première inscription aux examens sont inclus dans le montant de la formation. En cas de deuxième passage à une épreuve d'examen, l'étudiant(e) devra s'acquitter des frais d'examen correspondants.

Programme du Bachelor européen Marketing International*

Enseignement général	Enseignement professionnel
<p>Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action</p> <p>Les bases de la construction européenne ; Les institutions et le fonctionnement de l'UE ; Les enjeux, défis et avenir de l'UE ; L'Union européenne, l'Europe et le monde</p>	<p>Expertise professionnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing stratégique : <p>Les fondamentaux de la fonction et la planification marketing ; Modèles classiques d'analyse et outils d'aide à la décision</p>
<p>Le management interculturel et les ressources humaines en Europe</p> <p>Introduction au management interculturel ; Les ressources humaines en Europe</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing opérationnel : <p>Plan d'action sur 4P ; Planning, budget, tableau de bord et prévisions des ventes</p>
<p>Langues vivantes européennes 1 et 2 (Anglais, Espagnol ou Italien)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anglais : <p>Nouns ; Conjugation ; Grammar skills ; Tool box</p> <ul style="list-style-type: none"> - Espagnol : <p>Geografía e historia de España ; Situación económica y sectores de actividad más importantes ; España y el extranjero ; Anuncios publicitarios ; Correspondencia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Italien : <p>L'impresa e la sua struttura ; L'Italia nel contesto internazionale ; CV e lettere di candidatura ; Schede grammaticali</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CRM : Optimiser la gestion de la relation client : <p>Le Customer Relationship Management et le client ; Mise en place des actions opérationnelles et du projet de la gestion de la relation client (GRC)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Droit du marketing : <p>Droit du marketing et de la consommation ; Droit du marketing et de la communication</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing B to B : <p>Généralités sur le marketing B to B ; Focus sur le B to B industriel</p> <ul style="list-style-type: none"> - E-marketing : <p>Le marketing omnicanal, définition et enjeux ; Elaboration et suivi d'une stratégie e-marketing</p>
<p>Option - Langue vivante européenne 3 (Anglais, Espagnol ou Italien)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Stratégie des marques : <p>Les aspects fonctionnels de la marque ; La dimension symbolique de la marque ; Les axes stratégiques de la marque</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing international : <p>Les caractéristiques du marketing international ; Les opérations à l'international</p>
	<p>Contrôle continu</p>
	<p>Acquisition des compétences professionnelles :</p> <p>Atelier professionnel numérique Examen blanc Mémoire</p>

* Contenu pouvant évoluer en fonction des modifications du référentiel ou du programme