



# BACHELOR RESPONSABLE MARKETING ET COMMUNICATION

PERIODE DE FORMATION

Septembre à juin

DUREE

1 AN

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

La certification a pour objectif de former des professionnels capables de réaliser un audit marketing et de positionner une entreprise sur son marché concurrentiel, de rédiger une politique opérationnelle de communication on et off-line, de développer l'image de marque de l'entreprise, d'organiser et de piloter des actions marketing et communication d'acquisition des cibles.

## OBJECTIFS METIER

- ❖ Le positionnement de l'entreprise sur son marché
- ❖ La participation au développement de la marque et/ou de l'organisation
- ❖ Le pilotage de projets
- ❖ La gestion de projets au plan financier, administratif et commercial

## CONTENU DE LA FORMATION

### DOMAINE GENERAL

Pas de matières du domaine général

Sont aussi inclus au sein de cette formation

- ❖ Technique de Recherche d'Emploi
- ❖ Egalité professionnelle

## DOMAINE PROFESSIONNEL

**Bloc de compétences 1 : Positionner les gammes de produits, services d'une marque sur les marchés cibles**

- A1.1. Réalisation d'études de marché quantitatives et qualitatives
- A1.2. Analyse du comportement (cross canal) des consommateurs
- A1.3. Participation au système d'intelligence marketing par l'analyse des informations internes et externes

**Bloc de compétences 2 : Déployer une stratégie de marketing et de communication digitale**

- A2.1. Définition d'une stratégie marketing digitale
- A2.2. Animation d'un groupe de consommateurs et d'agents de tendance
- A2.3. Mise en place d'une stratégie de liens croisés (netlinking, black links) et de partenariats avec des sites complémentaires (SEO)
- A2.4. Mise en place du référencement de la marque, de ses produits ou services
- A2.5. Ajustement, optimisation de la stratégie digitale (réseaux sociaux, site internet commercial de l'entreprise, référencement)

**Bloc de compétences 3 : Contribuer à la définition et au déploiement du marketing stratégique et opérationnel de l'entreprise**

- A3.1. Participation à la définition de la stratégie marketing en terme de ciblage et de positionnement sur le marché
- A3.2. Définition et gestion d'une gamme de produits ou services
- A3.3. Définition du prix
- A3.4. Définition du packaging
- A3.5. Mise en valeur de l'offre produit ou service en point de vente – merchandising (signalétique, emplacement, taille des linéaires, rangement, présentoirs, publicité sur lieu de vente)
- A3.6. Mise en œuvre de la stratégie de distribution par des circuits de distribution et des point d'expérience (« touchpoints »)

**Bloc de compétences 4 : Contribuer à la définition et à la mise en œuvre des actions de communication institutionnelles et commerciales**

- A4.1. Animation de la politique de communication institutionnelle ou commerciale de l'entreprise
- A4.2. Réalisation d'actions de promotion des ventes multi canal
- A4.3. Gestion de la relation clients
- A4.4. Gestion de l'image de marque de l'entreprise et de ses produits (réputation et e-réputation)

Tél. 02 22 06 13

cfa.ecb@enseignement-catholique.bzh

9 rue Franz Heller – 35700 Rennes

www.cfa-ecb.fr



## PARTICULARITÉS DU CENTRE

Le pôle supérieur des Cordeliers forme depuis plus de 30 ans des étudiants à la vie professionnelle de niveau BTS à Bac +3. Les étudiants disposent d'équipements spécialisés dans le tertiaire, ainsi que d'une cafétéria, parking....

## EVALUATION DE LA FORMATION

Epreuves terminales ponctuelles

## LIEU DE FORMATION

Les Cordeliers  
Notre-Dame de la Victoire  
27 rue Jean Jaurès  
22100 DINAN

## RENSEIGNEMENTS

0296858900

[contact@cordeliers.fr](mailto:contact@cordeliers.fr)

## ACCESSIBILITÉ



La formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Nous consulter pour définir les modalités de l'accueil.

## DATE DE MISE A JOUR

Octobre 2023

## MODALITES PEDAGOGIQUES

- ✓ Apports théoriques
- ✓ Mise en situation professionnelle
- ✓ Réalisation de travaux collaboratifs
- ✓ Echanges de pratiques
- ✓ Travaux dirigés
- ✓ Etudes de cas

## PREREQUIS ET RECRUTEMENT

### PREREQUIS

- ✓ Etre âgé(e) de 16 à 29 ans révolus pour un contrat d'apprentissage
- ✓ Avoir validé un BTS ou Bac+2

### RECRUTEMENT

- ✓ Demande individuelle
- ✓ Etude de dossier de candidature
- ✓ Entretien individuel

## DURÉE, CENTRE DE FORMATION & ENTREPRISE

460 h de formation en 1 an

Rythme d'alternance : 2 jours en centre / 3 jours en entreprise

## PRISE EN CHARGE

Coût de la formation : prise en charge par l'OPCO (Opérateur de Compétences) dont dépend l'entreprise d'accueil dans le cadre d'un contrat d'apprentissage

### POURSUITE DE FORMATION POSSIBLE

Mastere Manager opérationnel  
marketing et communication  
MBA Stratégie Web Marketing et  
relation client digitale

### VALIDATION

Bachelor  
Responsable  
Marketing et  
Communication  
RNCP 35674