

« Responsable du développement et du pilotage commercial (RDPC)- Marketing – Communication »

PARCOURS DE SPECIALISATION

Dans le cadre du parcours de spécialisation choisi, le candidat approfondira des notions spécifiques du métier en corrélation avec la certification préparée.

CONTENUE MARKETING – COMMUNICATION

Bloc 1 -stratégie commerciale : CONCEPT ET MANAGEMENT D'UN POINT DE VENTE

Bloc 2 -développer un portefeuille client : APPROCHE SPECIFIQUES DES GRANDS COMPTES ET APPELS D'OFFRES

Bloc 3 -Piloter la performance commerciale : CONCEPTION DE SOLUTIONS DIGITALES

Bloc 4 - Assurer le management de l'équipe commerciale : INTERNATIONALISATION ET INTERCULTURALITE

Modalité(s) d'évaluation du module

1 contrôle continu dans le cas où le volume du module serait égal ou supérieur à 10h00 sous forme d'évaluation des connaissances : exposé oral, réponse structurée à une question posée, rédaction structurée, dossier de recherche, ...

ANGLAIS

Objectifs pédagogiques

- Conforter le vocabulaire technique acquis dans les formations antérieures
- Acquérir de nouvelles notions en langue étrangère
- Accroître sa culture générale et se présenter

Contenu

Se présenter à l'oral et à l'écrit dans un contexte professionnel en langue étrangère

Le vocabulaire technique lié aux blocs de compétences métiers du titre

L'études de documents/vidéo/support audio en anglais

La restitution orale en langue étrangère d'une pensée / d'une recherche

L'approche thématique de la culture professionnelle anglo-saxonne dans les domaines du titre

Les outils et techniques de communication professionnelle dans le métier préparé

Modalité(s) d'évaluation du module

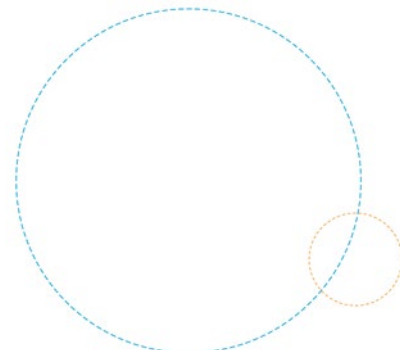
1 contrôle continu dans le cas où le volume du module serait égal ou supérieur à 10h00 sous forme d'évaluation des connaissances : exposé oral, réponse structurée à une question posée, rédaction structurée, dossier de recherche, ...

RAPPORT DE COMPETENCES (DANS LE CADRE DU STAGE EN ENTREPRISE)

Objectifs pédagogiques

- Analyser un contexte professionnel réel
- Se positionner dans une organisation et dans un cadre de travail
- Recenser ses activités et missions professionnelles pour établir ses compétences





Contenu

Interviewer 2 à 3 professionnels du métier préparé pour comprendre le contexte professionnel
 Présenter et analyser l'entreprise d'accueil
 Analyser le contexte de distribution/vente, de commercialisation, de communication de l'entreprise
 Présenter la stratégie marketing de l'entreprise dans son contexte concurrentiel
 Illustrer l'organisation interne et se positionner à l'intérieur
 Réaliser une fiche de compétences pour chacun des blocs de certification
 Mettre en place un projet concernant un ou plusieurs blocs de compétences et portant sur une problématique observée, commandée ou diagnostiquée avec la mise en œuvre de solutions et de réalisations
 Modalité(s) d'évaluation du module
 Un grand oral de fin de formation de 45 minutes

OUTILS D'INSERTION PROFESSIONNELLE

Objectifs pédagogiques

- Mener des activités ponctuelles dédiées à valoriser son expérience et ses connaissances
- S'investir dans des activités extra-professionnelles pour acquérir de nouvelles compétences
- Préparer des activités extra-scolaires afin de certifier son niveau de connaissance

Contenu

Faire le point sur ses connaissances et compétences à l'entrée du titre
 Réfléchir sur son projet professionnel à court, moyen et long terme
 Faire des recherches sur les attendues du/des métier(s) visé(s)
 Elaborer son plan d'action des activités à mener
 Réaliser une fiche par mission réalisée (voir modèle fourni)
 Rédiger en conclusion l'apport professionnel et personnel de ces différentes activités

EXEMPLE D'ACTIVITES DANS LES DIFFERENTES CATEGORIES

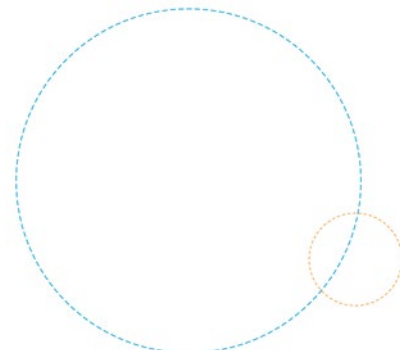
Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3
Activités ponctuelles	Activités extra-professionnelles	Activités extra-scolaires
10 points	20 points	30 points
Journée portes ouvertes	Membre du B.D.E	TOEIC / BULATS
Session d'admission	Conférences métier	TOSA / PCIE
Participation salons étudiants	Open innovation	Voltaire / Robert
Portrait / interviews	Parrainages étudiants	MOOC certifiant
Correspondant Event	Organisation évènement	...

Modalité(s) d'évaluation du module

1 présentation des fiches

Le candidat cumulera des P.O.P (Points d'Outils Professionnels), dans la limite de 60 points maximum par année) qui seront visés par le formateur référent du module ou par un référent d'école en fonction de l'appréciation obtenu par le commanditaire ou le certificateur. Ces points seront reportés ensuite sur 20 pour établir la notation finale du module.





PROJET D'ENTREPRISE : CREATION D'ENTREPRISE

Objectifs pédagogiques

- Appréhender tous les fondamentaux du marketing et de la gestion financière et juridique des entreprises
- Mettre en lien des compétences transverses liées au mix marketing
- Assurer une étude de faisabilité de marché et une étude produit/service
- Mettre en pratique les techniques de travail de groupe

Contenu

Réflexion et définition du projet de création en groupe
Détermination du chef de groupe, élaboration de la liste des tâches, ordonnancement des actions
Etude de faisabilité par rapport au marché
Choix des statuts de l'entreprise et des salariés
Etude de la campagne de communication
Etablissement des tableaux de Gestion (5000€ d'apport/personne)

Modalité(s) d'évaluation du module

Rédaction d'un support papier de présentation du projet justifiant les choix
Elaboration d'une présentation assistée par ordinateur
Soutenance orale de groupe de 30 min

ÉVALUATION FINALE :

En fin de formation, le stagiaire remet un rapport final d'activités comprenant au minimum les travaux demandés pour évaluer ses compétences et capacités exigées par la certification. Il conclut son rapport avec ses préconisations et recommandations.

LE RAPPORT D'ACTIVITES :

Le rapport est écrit et soutenu devant le Jury du grand Oral de fin d'année
Le candidat doit répondre de façon pertinente aux questions du Jury du Grand Oral.
La note attribuée tient compte de l'écrit et de la prestation orale du candidat.
Les membres du jury doivent se placer dans une situation de recrutement. Ils doivent estimer les compétences (ou incompétences), qualités (ou défauts) du candidat afin de mesurer les aptitudes du futur diplômé à prendre des responsabilités et à être opérationnel immédiatement en entreprise.

LE GRAND ORAL : RAPPORT D'ACTIVITES

Contenu

Il résume tous les travaux effectués en entreprise par le candidat.

Objectif : obliger le candidat à explorer certaines compétences nécessaires pour sa certification, valider les compétences acquises et développées en situation réelle.

Une problématique : un sujet pertinent, une problématique et une partie analyse traitant d'une problématique liée au métier préparé ou à la mission (Méthode d'analyse, préconisations et recommandations). Objectif : vérifier la capacité de réflexion, de synthèse et d'analyse du candidat.

Déroulement du grand oral : Durée : 45 mn par candidat

- Exposé du candidat - 20 mn (dont 5 min d'introduction et de conclusion intégrant les fiches de compétences)
- Débat et questions du jury - 15 mn
- Délibération sans la présence du candidat - 5 mn
- Retour de délibération en présence du candidat - 5 mn. Il ne doit pas y avoir de transmission de note lors de ce retour.