

Public visé :

Conforme à l'arrêté portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau 6, sous l'intitulé " Responsable Marketing Opérationnel " avec effet au 20-juillet-2022 jusqu'au 20 juillet 2027. Autorité de Certification : IFOCOP.

Pré requis :

BTS, DUT ou Titre de Niveau 5 Validé.

Conforme à l'arrêté portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau 6, sous l'intitulé " Responsable Marketing Opérationnel " avec effet au 20-juillet-2022 jusqu'au 20 juillet 2027. Autorité de Certification : IFOCOP.

Objectifs de formation :

Le/la responsable marketing opérationnel a pour objectif de définir et décliner la stratégie marketing, d'en assurer le suivi opérationnel et d'en mesurer sa performance tant l'établissement des KPI est en lien avec la définition des orientations stratégiques. Il participe au développement de la démarche commerciale omnicanale. Il analyse l'offre et la demande pour identifier les opportunités et le plan marketing. Il pilote ces leviers marketing ainsi que les budgets alloués.

Il conçoit le mix marketing (prix, produits, communication, distribution), optimise les stratégies, mesure les écarts et met en place toute action corrective.

Ce métier intègre une dimension managériale forte dans la mise en œuvre des plans d'actions marketing et commercial en accompagnant 'le terrain' dans la traduction opérationnelle de la stratégie marketing.

A l'issue de la formation responsable marketing opérationnel, les candidats ont acquis la méthodologie nécessaire pour analyser/définir une stratégie commerciale et marketing. Ils sont préparés au management et développement marketing et commercial dans une dimension digitale.

Ils sont en capacité de mesurer/contrôler la performance de la stratégie pour l'ajuster.

Enfin, ils utilisent les outils informatiques de façon professionnelle.

Durée de la formation : 560 heures- du mois d'octobre de l'année N à juillet de l'année N+1.

Nombre de participant par session : de 12 à 30 participants.

Lieux de la formation : 185, Place de La Liberté 83000 TOULON.

Modalités d'accès : l'inscription est ouverte toute l'année jusqu'au 30 Septembre. La signature des contrats en alternance est réalisable du 01 Juin au 31 décembre.

Modalités d'admission :

Admissibilité des candidats par un entretien téléphonique, sur présentation du dossier scolaire,

Admission après un entretien en présentiel avec le(a) chargé(e) de relation entreprise.

Modalités Pédagogiques :

La formation est réalisée en présentiel.

Face à face pédagogique,

Apports théoriques concrétisés par des mises en situation autour de simulations, exercices pratiques, études de cas et échanges,

Formateurs issus du milieu commercial et expérimentés,

Intervention en cours de formation de professionnels commerciaux, directeurs commerciaux et dirigeants d'entreprise,

Exercices de simulation et mise en pratique au travers des missions confiées par l'entreprise d'accueil. Salles équipées de vidéoprojecteurs, de connexion internet. Utilisation de logiciels pédagogiques.

Moyens Techniques :

Mise à disposition de Connexion Internet, TV, Scanner, Vidéo projecteur, PC portables et Imprimantes.
Abonnements à des parutions spécialisées.

Modalités d'évaluation :

Les stagiaires sont évalués sur leur durée de formation par semestre et par épreuve suivant le cahier des charges minimum suivant :

L'évaluation se fait en deux temps :

- Un contrôle continu durant pour la période de cours permettant de valider chaque bloc de compétences.
- Une évaluation complémentaire comprenant :
 - o L'élaboration d'un dossier de valorisation des compétences en lien avec la période d'application pratique en entreprise,
 - o L'appréciation de votre tuteur en entreprise,
 - o Une présentation orale devant un jury de professionnels.
 - o Des Conseils de classe.

Chaque bloc de compétences fait l'objet d'une certification partielle.

Pour obtenir la certification RNCP36727 de Niveau 6 Responsable marketing opérationnel, tous les blocs de compétences doivent être validés, ainsi que l'évaluation complémentaire.

Les stagiaires font l'objet d'un accompagnement conjointement assuré par les équipes du département andragogique et du service de la relation avec les entreprises à travers des entretiens réalisés en dehors de leur temps de formation.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : Les formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Les modalités pédagogiques, d'accompagnement et d'évaluation peuvent être adaptées selon les besoins du candidat. Pour toute demande d'aménagement, le candidat est invité à contacter la Référente Handicap : Christelle CHUETTE 04 94 03 20 40.

Formalisation à l'issue de la formation : Présentation à l'examen du Titre RNCP36727 de Niveau 6 Responsable Marketing Opérationnel et attestation de fin de formation. Autorité de Certification : IFOCOP.

Poursuivre ses études : La Formation a pour Vocation L'Insertion Professionnelle.
BAC+5 Management, Marketing, Gestion, E-Commerce.

Continuer son parcours professionnel :

Direction des ventes et de services, Chef de produit marketing, Chargé de clientèle, Chargé du service client, Marchandiseur, Manager, Manager d'une unité commerciale de proximité. Chef de secteur, Directeur de magasin, Responsable des achats. Responsable de clientèle, Attaché de direction commerciale, Responsable régional, Directeur commercial et financier. Concepteur-rédacteur, Directeur artistique, Chef de publicité.

Contenus de formation :

Conforme portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau 6, sous l'intitulé " Responsable Marketing Opérationnel " avec effet au 20-juillet-2022 jusqu'au 20 juillet 2027. Autorité de Certification : IFOCOP.

Moyens et méthodes, andragogiques :

BLOC -1 Développer la stratégie webmarketing :

- Mener une veille marketing
- Concevoir la stratégie webmarketing
- Élaborer un plan de mise en œuvre
- Élaborer un planning stratégique
- Prospecter les secteurs d'activité partenaires en cohérence avec l'image de la structure
- Évaluer la performance de la politique de commercialisation
- Établir un budget prévisionnel

Evaluation

Ce Bloc comprend les évaluations pédagogiques suivantes :

- Epreuve nationale : Stratégie webmarketing – Epreuve écrite individuel – 4h00
- Epreuve nationale : Mesure de la performance – Epreuve écrite individuel – 4h00
- Contrôle des connaissances : L'évaluation du contrôle de connaissance est obligatoire.

Les sujets du contrôle de connaissances liés au module « Développer la stratégie webmarketing »

Mise en situation professionnelle

Relatives aux activités 1 à 4

Réalisée en individuel, à l'aide d'outils bureautiques

A partir d'éléments portant sur l'environnement interne et externe d'une structure, il est demandé au candidat d'élaborer un plan de stratégie webmarketing.

Mise en situation professionnelle

Relative à l'activité 1.5.

Réalisée en individuel, à l'aide d'outils bureautiques

A partir de la stratégie webmarketing d'une entreprise fictive, il est demandé au candidat d'établir des indicateurs de performance.

BLOC -2 Elaborer et piloter le plan marketing opérationnel :

- Élaborer un plan de marketing opérationnel
- Assurer le suivi opérationnel
- Coordonner des opérations de lancement, de suivi et la suppression de produits / gammes
- Définir le prix d'un produit
- Définir les canaux de communication
- Acquérir et fidéliser des clients sur internet
- Délimiter la stratégie de distribution

Evaluation

A partir d'une situation d'entreprise, de choix marketing définis par la direction ainsi que de budgets alloués, le candidat construit et met en œuvre un plan marketing opérationnel.

Ce Bloc comprend l'évaluation pédagogique suivante :

- Epreuve nationale : Plan de marketing opérationnel
- Contrôle des connaissances : L'évaluation du contrôle de connaissance est obligatoire.

Les sujets du contrôle de connaissances liés au module « Elaborer et piloter le plan marketing opérationnel »

BLOC-3 Coordonner une équipe marketing/ une équipe projet :

- Conduire un projet en intégrant la dimension RSE
- Communiquer efficacement avec les équipes
- Actionner des leviers de motivation
- Évaluer la performance individuelle et collective
- Réajuster la répartition des tâches
- Identifier les sources de dysfonctionnement
- Valoriser les réussites

Le recrutement, L'environnement juridique, La formation, La rémunération, L'organisation du travail,

Le suivi des performances, La motivation et la stimulation, La communication managériale, La gestion des conflits, La prise de parole en public, La négociation managériale, La gestion de carrière.

Mise en situation professionnelle

Commune à l'ensemble du bloc

Réalisée individuellement, lors d'une soutenance orale.

Il est demandé au candidat de traiter une situation de management hiérarchique ou transverse, relative à un projet marketing.

Ce Bloc comprend l'évaluation pédagogique suivante :

- Epreuve nationale : Management
Epreuve orale individuelle – 20mn de présentation orale + 1h de préparation
- Contrôle des connaissances : L'évaluation du contrôle de connaissance est obligatoire.

Les sujets du contrôle de connaissances liés au « Coordonner une équipe marketing / équipe projet »

Epreuve Complémentaire : Valorisation des compétences :

Epreuve nationale : Valorisation des compétences en environnement professionnel

- **Epreuve écrite et orale individuelle**

L'objectif de cette épreuve est de démontrer la capacité de l'apprenant à mettre en œuvre les compétences des différents blocs en situation professionnelle. Ainsi il est demandé à l'apprenant de valoriser les compétences en lien avec la certification visée.

- Ecrit : 30 pages maximum (hors annexes) + évaluation professionnelle
- Oral : 45 mn (30 mn d'exposé + 15mn d'échange avec le jury évaluateur)

NTIC & Réseaux sociaux

- Le système d'information (le SI et les NTIC, le SI est les processus de l'entreprise, l'ERP, le PGI,
- Le système d'information de l'entreprise,
- La gestion de projet avec Gant Project,
- Les sites internet et le e-commerce,
- Exploitation de Word et Excel (rapports et compte-rendu...),
- Les réseaux sociaux (le community manager, l'e-réputation, transmedia, crossmédia),
- La veille sur internet et les réseaux sociaux,
- Communication par courriel (News letter, CNIL...)

TOTAL

560h

Conditions d'accès à la certification :

Pour accéder à la certification, les candidats doivent :

- Avoir suivi une action de formation conforme au référentiel d'emploi, d'activité et de compétence du titre,
- Être inscrit en vue de l'obtention du titre,
- Présenter un dossier d'inscription comprenant les documents nécessaires pour attester de leur identité, d'un titre de niveau 6 et d'une expérience professionnelle minimum de 40 jours,
- Présenter un dossier conforme administrativement.

Chargé Relation Entreprise : Sebastien FALLONE – sebastien@ifasud.fr .

SYNTHESE DES EVALUATIONS PAR BLOC DE COMPETENCES

Blocs de compétences	Epreuves de la certification	Conditions D'attribution	Coef
RNCP36727BC01 BLOC 1 Développer la stratégie webmarketing	Stratégie Webmarketing Ecrit (50%) + Mesure de la performance Ecrit (50%)	≥ 10/20	1
RNCP36727BC02 BLOC 2 Elaborer et piloter le plan marketing opérationnel	Plan de marketing opérationnel Ecrit (100%)	≥ 10/20	1
RNCP36727BC03 BLOC 3 Coordonner une équipe marketing / une équipe projet	Management Oral (100%)	≥ 10/20	1

Epreuve complémentaire Valorisation des compétences	Valorisation des compétences Ecrit (50%) + Oral (50%)	≥ 10/20	1
--	--	----------------	----------