

Bachelor Management et Développement Commercial

Titre certifié par l'Etat niveau 6 (Bac+3), inscrit au RNCP « Responsable développement et pilotage commercial » en partenariat avec le Collège de Paris (180 crédits ECTS)

Prérequis : Titulaire d'un Bac+2 (toute section). Admission sur dossier, tests et entretien.

Objectifs de la formation : Acquérir les méthodes de management et développement commercial, y compris du marketing stratégique digital et opérationnel en amont, et de négociation et de gestion commerciale.

Aptitudes : Commerciale. Management. Négociation.

Compétences : Management. Commerce. Marketing. Digital. Gestion. Négociation. Anglais.

Durée : 510 heures avec 1 semaine de cours toutes les 3-4 semaines sur 1 an (dont 30h de plateforme pédagogique).

Rentrées : consultables sur www.isct.fr.

Tarifs : voir www.isct.fr (gratuit pour le stagiaire en contrat d'apprentissage, financé par l'OPCO et/ou l'entreprise).

Méthodes mobilisées : Plateforme pédagogique. Cours en présentiel. Etudes de cas et projet en travaux dirigés.

Modalités d'évaluation : Contrôle continu, études de cas, examens partiels en avril et finaux en juillet-septembre.

Accessibilité : A 200 mètres du métro et des bus dans le quartier d'affaires de Basso Cambo. Places (limitées) de parking gratuit sur place. Accessible aux personnes en situation de handicap.

Débouchés professionnels : Chargé(e) de développement commercial. Manager d'une équipe ou responsable d'un centre de profit de quelques collaborateurs ou revendeurs/distributeurs.

Statut : Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation de 1 an ou statut étudiant.

Programme de cours

Marketing stratégique et opérationnel

- Fondamentaux du marketing. Analyse et sélection des marchés. Le SWOT
- Marketing mix : produit, prix, distribution et communication. Publicité.
- La veille marketing, concurrentielle, commerciale et produits.
- Le plan marketing stratégique et opérationnel. Modèles de Porter et Pestel.

Plan d'actions commerciales - Techniques de commercialisation

- La mise en œuvre d'une stratégie commerciale et du plan d'actions commerciales. Planification des actions commerciales.
- Gestion d'un portefeuille clients.
- Organisation de la force de vente et des équipes commerciales.
- Plan de communication. Plan média. Publicité. E-Communication.
- Etablissement de l'offre commerciale.
- Les appels d'offres : analyser, préparer, répondre, négocier.

Droit commercial

- Contexte juridique des affaires. Droit commercial. Les différents types de contrats commerciaux, de clauses et conditions générales de vente / achat.

Finance

- Finance d'entreprise et notions de comptabilité.
- Calcul des prix de vente et des marges commerciales.
- Les modes de paiements et les risques financiers.

Management et gestion des ressources humaines

- Le management d'entreprise et le management commercial.
- Gestion des Ressources Humaines. Gestion de projet en équipe.
- Recrutement, formation et animation d'une équipe commerciale.
- Les outils de gestion RH et de la performance commerciale.

Communication interculturelle

- La communication interculturelle. Concepts clés de l'interculturel.
- Communiquer avec aisance. Construire un langage commun.
- Travailler avec des partenaires étrangers.

Anglais

- Oral et écrit dans l'environnement professionnel.

Négociation

- Les codes de la communication et les différents styles de négociation. Les argumentaires commerciaux et d'achat, et entretiens de négociation.
- Les techniques de négociation. Jeux de rôles de négociation.

Management des équipes commerciales

- Mise en place et animation des équipes commerciales. Fixation des objectifs quantitatifs et qualitatifs.
- Supervision de l'administration des ventes (ADV).
- Consolidation, analyse des retours d'information.
- Entraînement aux techniques de ventes.
- Les outils de gestion de la performance du service commercial. Les indicateurs de qualité « service clients ».
- Tableaux de bord. Performance, audit des coûts, budget, rentabilité.

Le marketing digital

- Introduction au Marketing digital ou Webmarketing et au E-business.
- Appréhender les communautés et comportements des internautes.
- La panoplie de techniques marketing digital (stratégie de contenu, search marketing, affiliation, marketing viral...).
- Les principaux facteurs et techniques favorisant le référencement des sites internet naturel et payant (Google Adwords).
- Les outils techniques d'analyse d'un site internet et du trafic sur internet (Google Analytics...). Les sites comparateurs de prix.
- Présence sur les médias sociaux. Le community management : stratégie, techniques et outils. Animation de communautés.
- Les actions de publicité et de communication sur internet.

Etude de cas de développement d'une entreprise

Travail en trinôme sur 5 mois sur une étude de cas d'une entreprise réelle. L'examen comprend la remise d'un rapport et une soutenance orale.

Projet professionnel en entreprise

Projet individuel réalisé en entreprise (en alternance ou en stage), reprenant l'essentiel des composantes d'enseignement. Rédaction d'un rapport de 40 pages et soutenance orale.

HEY TU FAIS QUOI L'ANNÉE PROCHAINE ?

JE CONTINUE MON ALTERNANCE À L'ISCT

Institut Supérieur de Commerce de Toulouse

1 Impasse Marcel Chalard

Technoparc Basso Cambo Batiment 3 - 31100 Toulouse

Tél. : 05 34 47 01 19 | admissions@isct.fr

www.isct.fr

Raison sociale : ADEFI Formation

Alternance

