

Bachelor Marketing Digital

Titre « Chargé(e) de Développement Commercial et Marketing Digital », délivré par l'ISCT (180 crédits ECTS) en cours de renouvellement auprès de France Compétences

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

Objectifs de la formation : Acquérir les méthodes de commercialisation et de marketing tant traditionnelles que digitales, et connaître les principaux outils de communication et marketing digital.

Aptitudes : Marketing. Commerciale. Relation Clientèle. Appétence pour le digital.

Compétences : Commerce. Marketing. Gestion. 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'alternance, 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) commercial(e) et marketing digital. Community manager. Chef de Produit E-commerce.

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.

Comprendre l'univers de l'e-business

- Introduction au E-business. Les différents secteurs. Culture générale et vocabulaire des technologies Web pour interagir avec ou piloter le Webmaster ou autres experts de marketing digital.
- Cadre juridique du E-Business. Conditions générales de vente.
- Appréhender les communautés sur le Web et les comportements des consommateurs sur internet.

Le marketing digital

- Définition du Marketing digital ou Webmarketing.
- La panoplie de techniques marketing digital.
- 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...)
- L'ergonomie et le Design Web. Gérer des sites internet.
- Les sites comparateurs de prix et de vente en ligne (Prestashop...).
- Les outils d'envoi massifs de E-mailing et newsletter.
- Mettre en place des actions de marketing digital (stratégie de contenu, search marketing, affiliation, marketing viral...).

Organiser et optimiser la communication digitale

- Présence sur les médias sociaux. E-pub et e-réputation.
- Le community management : stratégie, techniques et outils.
- Animation de communautés. Veille 2.0.
- Les actions de publicité et de communication sur internet.
- Identifier, sélectionner et acheter des noms des domaines.
- Utiliser les CRM et les techniques de récolte de données.
- Améliorer la visibilité des sites : acquisition de trafic et de référencement. Concevoir des tableaux de bord. Mettre en place des actions correctives.

Etude de cas de communication digitale d'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