

Préparation au **Bachelor Européen Marketing** par Formation Institut (établissement privé hors contrat)

L'organisation de la formation a pour but de privilégier l'intégration en entreprise grâce à une **formation en alternance** ou grâce à une **formation initiale** des stages courte durée ou des stages longue durée

2 jours en formation /3 jours en entreprise



Bachelor Européen Marketing Responsable marketing et commercial

Fiche RNCP n°31900,

Enregistrée le 18 décembre 2018,

Code NSF 312 : Commerce, vente Niveau de qualification 6

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/31900/>



ADMISSION

En 1ère année : Pour les étudiants titulaires du BAC

En 2ème année : Pour les étudiants titulaires d'un diplôme BAC+1

En 3ème année : Pour les étudiants titulaires d'un diplôme BAC+2

Sur dossier et entretiens de motivation avec les responsables de la formation. L'admission est faite sous réserve de la signature d'une convention concernant le financement et la prise en charge du coût de formation.

Les Perspectives d'emploi

- Responsable marketing opérationnel
- Responsable marketing client
- Responsable commercial
- Chef de projet en marketing
- Chef de produit junior
- Responsable développement produit
- Chargé de clientèle
- Chef de marché junior
- Chef de publicité

**Bachelor Européen en Marketing =
180 crédits ECTS**

Les débouchés

Activité principale :

L'évolution des modes de consommations, des biens et services de consommation incitent les entreprises à mettre en place des stratégies pour faire connaître leurs produits. L'essor de la vente en ligne vient élargir les perspectives responsables et nécessite de nouvelles compétences. Charge aux entreprises de se doter d'un expert qui par sa vision globale et ses compétences techniques, choisira la bonne méthode pour impulser ou pérenniser l'activité commerciale.

L'activité exigera des tempéraments capables de travailler avec différents acteurs, tels que les chercheurs, les techniciens, les industriels, les forces de vente mais aussi les publicitaires et les designers. Quelle que soit la taille des entreprises, il est indispensable pour se différencier de la concurrence et se faire connaître, de s'appuyer sur un expert qui saura utiliser les fondamentaux dans un environnement évolutif auprès de clients toujours plus dynamiques et exigeants.

Objectifs et compétences

- Mener une étude marketing opérationnelle
- Mettre en œuvre une stratégie marketing
- Maîtriser le marketing international et ses marchés
- Effectuer des analyses marketing pour anticiper les tendances
- Participer à la stratégie d'une entreprise
- Améliorer l'image d'une entreprise et de ses produits
- Gérer des budgets publicitaires
- Mettre en œuvre un plan de marketing B to B
- Mesurer les impacts d'une action marketing
- Analyser le positionnement d'une offre et d'un produit