

# Bac+5 Manager Marketing et Performance Commerciale

## EN ALTERNANCE

### DÉBUT DES COURS

Septembre

### DURÉE

2 ans

### RYTHME DE L'ALTERNANCE

1 sem. école /3 sem. entreprise

### NIVEAU REQUIS

Bac+3 obtenu

### INSCRIPTION

Ouverture des inscriptions de janvier à septembre (dans la limite des places disponibles)

Informations pratiques et modalités d'inscription sur [www.escci.fr](http://www.escci.fr)

### Suivi de votre candidature

Suite à votre inscription vous serez convoqué(e) par mail pour convenir d'un entretien afin de vérifier ensemble l'adéquation entre vos projets et la formation choisie.

### Intégration de la formation

Dans la limite des places disponibles,

- Pré-requis d'entrée validés ;
- Candidats alternance : contrat signé ;
- Stagiaires de la formation continue : financement obtenu.

### STATUTS

- Contrat d'apprentissage
- Contrat de professionnalisation

### CONSEILS ESSENTIELS :

N'attendez pas d'avoir trouvé votre employeur pour vous inscrire, vous optimiserez ainsi vos chances de trouver un employeur et d'intégrer notre école à la rentrée. Vous disposerez de plus de temps pour bénéficier de l'accompagnement de l'ESCCI.

Faites le bon choix de diplôme et d'école en rencontrant notre équipe à l'occasion d'un RDV individuel, d'une journée portes ouvertes, d'un salon, dans nos locaux ou à distance.

Agenda à consulter sur [www.escci.fr](http://www.escci.fr) ou réseaux sociaux.

### Avez-vous le profil ?

Créatif.ve et curieux.se, vous avez le sens de l'observation et de l'écoute. Vous êtes organisé.e, toujours à la recherche de nouvelles idées pour réaliser vos projets. Autonome, vous aimez travailler en équipe. Vous êtes réactif.ve et aimez relever des challenges en fédérant autour de vous une équipe.

### Vos principales missions :

Le Manager du Marketing et de la Performance Commerciale contribue à la définition et au déploiement de la politique commerciale et marketing de l'entreprise. Il est le lien entre la direction générale et les équipes commerciales marketing de l'entreprise ou de ses partenaires : la force de vente, les équipes marketing, les acteurs du réseau de distribution...

Il est chargé des missions suivantes :

- analyser l'organisation, son contexte, ses clients ;
- élaborer et appliquer la stratégie commerciale ainsi que les outils d'aide à la force de vente ;
- contrôler l'efficacité des actions de marketing & communication ;
- mesurer la performance du plan commercial.

### Métiers :

- Responsable marketing
- Responsable commercial
- Chef de gamme
- Business développeur
- Directeur Commercial
- Directeur Marketing

### Diplôme délivré :

Manager du Marketing et de la Performance Commerciale enregistré au RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnelles) N°32013 - Diplôme de niveau 7. Code diplôme 16X31212

### ESCCI Formation – 100% alternance

- 35 ans d'expertise
- Spécialiste de la formation en alternance
- 120 formateurs experts professionnels
- 21 diplômes reconnus de Bac+2 à Bac+5
- 600 étudiants formés par an
- 92% de réussite aux examens
- 91% de placement entreprise
- Un solide réseau d'entreprises partenaires
- La force d'un réseau d'anciens diplômés implantés en entreprise en France et à l'étranger
- Des partenaires de renom : IAE Caen, Ecole Supérieure de la Banque, Normandie Aérospatial, Sciences-U Lyon, CNAM Normandie, Négoventis, CCI France...

**ESCCI, une école 4.0**, mixant outils pédagogiques numériques à la pointe de la technologie, écoute et professionnalisme des équipes, suivi individuel des étudiants, méthodes pédagogiques innovantes, espaces co-working à thème et salles de cours traditionnelles, espaces restauration et détente, convivialité et esprit d'équipe.

Parc d'activités de la forêt  
461, rue Henri Becquerel - CS 50112 - 27091 Evreux Cedex  
02 32 28 70 50 - [escci.contact@normandie.cci.fr](mailto:escci.contact@normandie.cci.fr)

[WWW.ESCCI.FR](http://WWW.ESCCI.FR)



# PROGRAMME DÉTAILLÉ

Bloc	Contenu
<b>ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL</b>	
<b>Bloc 1 : Analyser l'environnement interne et externe</b>	Cartographier le capital humain de l'entreprise Analyser ses marchés et son environnement interne et en externe Analyser les stratégies de communications Identifier le positionnement de l'entreprise sur le(s) marché(s) Identifier ses clients actifs ou dormants dans le portefeuille clients Confronter le positionnement de l'entreprise aux évolutions du(es) marché(s)
<b>Bloc 2 : Définir la stratégie marketing et commerciale</b>	Proposer un plan marketing générant le développement souhaité par la direction pour optimiser le business modèle de l'entreprise Réajuster le dispositif du plan marketing Cibler les clients à développer ou à conquérir en fonction de la stratégie marketing Déterminer les objectifs et les axes de l'action commerciale Déterminer les actions clé
<b>Bloc 3 : Piloter le développement marketing et commercial</b>	Décliner le plan d'action marketing en actions opérationnelles Piloter les équipes de la direction commerciale et marketing Mettre en œuvre le plan d'actions commerciales Suivre les résultats commerciaux et mesurer l'atteinte des objectifs fixés à l'aide des tableaux de bord
<b>Evaluation professionnelle</b>	Mémoire + soutenance Jeu de rôle de négociation Contrôle continu Travail en équipe « Task Force »

Méthodes pédagogiques, modalités d'évaluation, financement, accès handicap, indicateurs de résultat... : informations disponibles sur notre site internet.