BACHELOR
Marketing

MISSIONS

Formation sur 1 an accessible aux titulaires d'un BAC + 2, elle sera validée par le BACHELOR Marketing, de niveau Bac + 3 (équivalent licence 3), reconnu et apprécié par les entreprises.
C'est un diplôme de la Fédération Européenne des Ecoles qui regroupe 630 établissements dans l'Union Européenne. Il est également validé par l'IACBE (International Assembly for Collegiate Business Education).

Il participe à: :

- La création et au développement de la clientèle
- La fidélisation de la clientèle
- L'organisation et au management de l'activité Commerciale
- La mise en œuvre de la politique commerciale
- La mise en place de campagnes de communication

EMPLOIS VISES

Assistant(e) commercial
Directeur commercial, Chef de produit, Chef de secteur,
Responsable marketing

MFR ROLLANCOURT 1 RUE DU MOULIN 62770 ROLLANCOURT
Contact: Andgélita Van Hecke Tel: 03.21.04.17.53 / 07.83.62.24..04
Email: angelita.vanecke@mfr.asso.fr

CONTENU DE LA FORMATION

Culture européenne
- L'Europe, unicité des valeurs, diversité culturelle
- La construction européenne, ses institutions dans le cadre international
- Le management interculturel et les ressources humaines
- Les grands enjeux de l'UE

Gestion des ressources humaines
- La place et le rôle des GRH
- La gestion prévisionnelle des emplois et compétences
- Le recrutement, la formation
- Stratégie et ressources humaines
- La gestion des rémunérations

Marketing

Les techniques de négociation et de marketing direct
- Les outils du marketing direct pour prospecter, vendre et fidéliser
- Les techniques de négociation entrepreneuriale
- Les stratégies relationnelles
- L'analyse des besoins
- Les études qualitatives et quantitatives

Le marketing opérationnel
- Les fondements du marketing
- Les différentes études marketing
- Les politiques de prix, produit, distribution et communication-vente
- Le plan de marchéage
- Le marketing et Internet

Le marketing stratégique
- Les différentes stratégies de croissance
- Les différentes stratégies concurrentielles
- Les processus d'élaboration d'une stratégie
- La communication dans l'entreprise
- Les tableaux de bord adaptés à la stratégie

Le marketing international
- Environnement politique : mondialisation et entreprises européennes
- Méthodologie de sélection des marchés et choix d'implantation en Europe et à l'étranger
- Gestion des opérations import-export

Le marketing spécifique
- Le marketing inter-entreprises (B to B)
- Le marketing bancaire
- Le marketing des services

La gestion appliquée au marketing
- La gestion des stocks
- L'analyse des équilibres économiques
- Mathématiques financières

Nouvelles technologies et culture entrepreneuriale
- L'économie d'entreprise : définition, principes de fonctionnement
- L'appréciation de la rentabilité/solvabilité de l'entreprise
- La maîtrise stratégique de l'information : collecte, stockage, traitement, circulation
- Les sources d'information : La veille stratégique, Internet, Intranet, réseaux de communication classiques et interactifs
- La protection et sécurité de l'information
- L'E-commerce
- L'E-réputation et les réseaux sociaux
- L'utilisation des TIC en tant qu'outil stratégique d'aide à la décision

Langue vivante Anglais

Mise en pratique des connaissances acquises sous forme d'étude de cas

Conditions d'Admission:

Cette formation est accessible aux étudiants de niveau III (BTS, DUT…)