



Métiers
du **Management**

stjo
lycée
campus
st-jo.com

RESPONSABLE EN DEVELOPPEMENT COMMERCIAL & MARKETING

BAC+3 en alternance

Certification délivrée par ECORIS (niveau 6)

Code RNCP 37633 / Date d'enregistrement 31/05/2023

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37633/>

Métiers visés

Le titulaire de la certification peut exercer les emplois suivants : • Chargé de développement commercial • Chef de produits • Gérant de société • Gestionnaire de clientèle • Conseiller clientèle • Responsable commercial • Chargé de projet marketing et développement • Chef de projet marketing • Manager/Responsable de rayon

Objectifs visés

A l'issue de la formation l'apprenant sera en capacité

- réaliser les études de marchés et de comportement consommateur en exploitant les techniques marketing pour contribuer à la définition de la stratégie commerciale de l'entreprise.
- participer à la définition de la stratégie marketing et assurer son déploiement au sein des équipes.
- coordonner le travail d'une équipe pour une unité ou un projet, en étant à l'écoute des besoins individuels de chacun, tout en veillant à atteindre les objectifs fixés par la Direction.
- assurer la mise en œuvre de la stratégie de communication.
- contrôler la réalisation des objectifs de vente et veiller à accompagner ses équipes dans le développement de leurs compétences, selon les compétences requises au sein de son unité.

Compétences visées

La certification permet aux certifiés d'acquérir une vision transversale de l'entreprise afin d'évoluer vers l'encadrement et la gestion d'un service marketing ou commercial.

Pour répondre aux besoins plus spécifiques exigés par certains marchés dans lesquels évolue le Responsable en Développement Commercial et Marketing, la certification intègre, en plus des compétences principales et fondamentales visées par la certification, des compétences plus spécifiques liées à un domaine d'activité précis. Ces compétences permettent notamment au titulaire de la certification d'acquérir la capacité à structurer une offre commerciale dans un secteur considéré.

Les titulaires de cette certification sont des professionnels du marketing capables de participer au développement d'un produit ou d'une gamme de produits, depuis leur conception jusqu'à leur commercialisation en intégrant les spécificités de leur marché d'intervention.

Activités visées :

Le Responsable en Développement Commercial et Marketing participe aux activités commerciales et marketing de l'entreprise, en collaboration avec le directeur Marketing et Commercial et/ou avec la direction de l'entreprise.

A ce titre, il contribue principalement aux activités suivantes :

Elaborer une stratégie commerciale et marketing

1. Analyse du positionnement commercial de l'entreprise

Réalisation d'une veille pour repérer les enjeux et évolutions du marché

Réalisation des diagnostics interne et externe de l'entreprise

Réalisation d'une étude concurrentielle

2. Définition de la stratégie commerciale de l'entreprise

Etablissement de la politique commerciale

Elaboration du plan marketing opérationnel

Vous accompagner dans votre choix... ?

M. Kévin BAUDE

alternance.tertiaire@st-jo.com

Déclaration d'activité : 31620136562

Conception L.MALFOY 26/03/2026 V.6



Pour déposer sa candidature : www.st-jo.com

**(rubrique CAMPUS) ou QR CODE ci-contre
Plus d'informations, contacter :**

M. Aurélien LEFRANC

Attaché de Direction - Admission

03 21 99 06 99 - inscriptions@st-jo.com

Déployer une stratégie marketing omnicanale efficiente

3. Définition de la stratégie d'acquisition

Identification du comportement et des demandes de la clientèle cible

Elaboration de la stratégie d'acquisition

4. Elaboration et mise-en-œuvre du plan de communication

Elaboration du plan de communication

Conception des outils de communication

Animation des communautés de la marque sur les réseaux sociaux

Développement du nombre de liens croisés

Elaboration de campagnes de référencement payantes

Optimisation de la stratégie de contenu et de la stratégie digitale de la marque

Optimiser la gestion financière et juridique des activités commerciales et marketing de l'entreprise

5. Suivi des budgets commerciaux

Définition des budgets prévisionnels des activités commerciales

Définition des outils de suivi budgétaire

Analyse des moyens financiers, techniques et humains mis en œuvre

6. Conformité des règles juridiques pour la gestion des ressources humaines

Contrôle de l'application des règles juridiques du personnel

Encadrer les équipes et animer l'activité commerciale

7. Conduite d'une négociation commerciale client

8. Gestion des ressources humaines de l'équipe commerciale / marketing

Recrutement de l'équipe

Contribution à la bonne intégration de son équipe

9. Gestion de l'équipe commerciale / marketing

Communication managériale adaptée

Animation d'une équipe

Analyse des résultats individuels et collectifs de l'équipe

Déployer l'offre commerciale sur un marché spécifique

10. Analyse du marché cible

Analyse des caractéristiques, enjeux, tendances et évolutions

11. Déploiement d'une offre commerciale spécifique à un marché cible

Elaboration de l'offre commerciale pour le marché cible

Développement de l'offre commerciale sur le marché ciblé

Evaluation de la performance de l'action spécifique engagée

Compétences attestées :

Le titulaire est capable de / d' :

Réaliser une veille, en analysant l'environnement de l'entreprise

Réaliser un diagnostic interne et un diagnostic externe

Réaliser une étude concurrentielle

Etablir la politique commerciale

Elaborer le plan marketing opérationnel

Identifier le comportement et les demandes du consommateur sur Internet et dans les circuits de distribution

Elaborer la stratégie d'acquisition (optimisation du site internet, campagne de référencement payante, partenariats, création de contenus originaux et personnalisés, solide présence sur les réseaux)

Elaborer un plan de communication

Concevoir des outils de communication

Animer une communauté autour de la marque sur les réseaux sociaux

Développer les partenariats

Elaborer des campagnes de référencement payant

Optimiser la stratégie de contenu et la stratégie digitale de la marque

Etablir des budgets prévisionnels d'opérations commerciales

Définir des outils de suivi budgétaire

Analyser les moyens financiers, techniques et humains nécessaires, selon un calendrier défini, pour le déploiement de la stratégie mix-marketing à mettre en œuvre, sur le moyen et le long terme

Contrôler la mise en œuvre des règles juridiques afférentes à la gestion des ressources humaines.

Conduire une négociation avec le client

Déterminer les profils recherchés en fonction des services et produits à commercialiser, des objectifs à atteindre, des compétences attendues

Contribuer à l'intégration des collaborateurs de son équipe

Définir et adapter le mode de communication managériale au sein d'une unité commerciale

Animer une équipe de différents statuts (interne ou externe)

Analyser les résultats individuels et collectifs de l'équipe

Analyser les caractéristiques, enjeux, tendances et évolutions d'un marché spécifique

Elaborer l'offre commerciale

Développer l'offre commerciale

Evaluer les performances de l'offre commerciale spécifique

Prérequis

BAC+2 validé (120 ECTS), Titre professionnel inscrit au RNCP de niveau 5.

Personne ayant validé les années L1 et L2 d'une licence (120 ECTS) ou Bac validé suivi de 3 années d'expérience dans le secteur tertiaire.

Public visé

- Pour le contrat d'apprentissage : Personne âgée de 16 à 29 ans révolus.
Sans restriction d'âge dans le cas où le candidat est officiellement reconnu travailleur handicapé ou sportif de haut niveau, ou s'il envisage de créer ou reprendre une entreprise supposant l'obtention du diplôme.
- Pour le contrat de professionnalisation : Personne âgée de plus de 30 ans comme salarié en reconversion, demandeur d'emploi...
- Pour le contrat stage : Personne titulaire des prérequis.
- Le centre est habilité à la préparation à la VAE du dispositif.

Modalités et délais d'accès pour l'entrée en formation

- Dossier d'inscription complet / Entretien de positionnement
- Validation de la candidature sous un délai de 60 jours
- Tests d'entrée validés
- Pour le contrat d'apprentissage : L'admission définitive sera soumise à la signature d'un contrat d'apprentissage avec une entreprise.
Article L.6222-12 du code du travail : « La date de début de la formation pratique chez l'employeur ne peut être postérieure de plus de trois mois au début d'exécution du contrat ».
- Pour le contrat de professionnalisation : L'admission définitive sera soumise à la signature d'un contrat de professionnalisation avec une entreprise.
- Pour le contrat stage: L'admission définitive sera soumise à la signature d'une convention de stage avec une entreprise.

Modalité d'évaluation en cours de formation

Contrôle en cours de formation (épreuves écrites et orales) et partiels en fin de semestres, avec remise de bulletins de notes et appréciation de l'équipe pédagogique.

Validation

Validation du titre RNCP Le titre est obtenu lorsque le candidat répond aux conditions suivantes : Les moyennes pondérées : - Bloc 1 $\geq$ 10/20 (soit 150 points) - Bloc 2 $\geq$ 10/20 (soit 120 points) - Bloc 3 $\geq$ 10/20 (soit 60 points) - Bloc 4 $\geq$ 10/20 (soit 120 points) - Bloc 5 $\geq$ 10/20 (soit 30 points) - Bloc mémoire professionnel $\geq$ 10/20 (soit 120 points) - Moyenne générale de l'année $\geq$ 10/20 (soit 600 points) Les matières d'un même bloc de compétences se compensent entre le semestre 1 et le semestre 2. Toutefois les blocs de compétences ne se compensent pas entre eux. D'autre part, le candidat devra attester de : - 40 jours de présence en entreprise (cf. II - D) - Un volume d'absences injustifiées inférieure à 10% du volume horaire annuel total de la formation Tout candidat dont le nombre d'absences injustifiées dépasse 10% du temps de formation est susceptible de ne pas être autorisé à se présenter aux partiels de fin de semestre. Il peut rattraper ces heures par le biais des modules en e-learning, sous réserve d'une demande spéciale et écrite justifiant la nécessité du recours au elearning. Dans le cas contraire, le jury de certification se réserve la possibilité d'invalidier la note obtenue en entretien professionnel. 2) Les ECTS Le système des ECTS (European Credit Transfert System ou système européen de crédits transférables) est fondé sur une normalisation de la comptabilisation de la progression des études supérieures de façon homogène. L'objectif est de favoriser la mobilité en facilitant la reconnaissance des études et de donner une meilleure transparence aux cursus. Le système, employé en Europe et pour les formations d'ECORIS, repose sur la règle : 1 an = 60 crédits ECTS. Dans le cas où le candidat valide le titre, il obtient donc 60 crédits ECTS (non applicable pour la VAE). 3) Validation du double diplôme : Bachelor Ecoris Le Bachelor Ecoris est validé lorsque le candidat répond aux critères de validation du titre RNCP, énoncés cidessus, et justifie d'un niveau d'anglais équivalent au niveau B1 au CECRL. Ce niveau peut être attesté par le biais de l'une des certifications suivantes : - LINGUASKILL Business : niveau B1 - TOEIC : entre 550 et 784 points - Bright Language : entre 2.5 et 3 Les candidats en parcours académique seront évalués à l'aide d'un test de niveau conforme au CECRL. Les candidats ayant obtenu le titre RNCP disposent de cinq ans pour présenter une attestation officielle de réussite de niveau B1 dans l'une des certifications mentionnées ci-dessus et ainsi valider le Bachelor Ecoris.

Nombres de participants

Minimum : 20
Maximum : 50

Durée

480 H de formation (formation présentielle)
12 mois de contrat en entreprise

Dates prévisionnelles

Début : 09/2025
Fin : 07/2026

Lieu de la formation

26-30 route de Calais
62280 SAINT MARTIN BOULOGNE

Tarif

Confère fiche annexe

Enseignement Spécialisé

- Management de la grande distribution
- Entrepreneuriat
- E-commerce

Moyens et méthodes pédagogiques

- Travail en groupe / TD / Etude de cas
- Centre de ressources
- Accès à la plateforme de ressources numériques
- Méthodes pédagogiques déductives et inductives

Adaptation pédagogique

- Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Avant entrée en formation et signature de contrat (moyens de compensation à étudier avec le responsable pédagogique et le référent handicap du centre en référence aux règles de certification).
- Besoins éducatifs particuliers : Les besoins éducatifs particuliers concernent des apprenants en situation de handicap, malades, à haut potentiel, nouvellement arrivés en France... La pédagogie de l'établissement s'adapte à la diversité des personnes accueillies afin d'individualiser leur parcours de formation. Les apprenants à besoins éducatifs particuliers ou spécifiques regroupent une grande variété de personnes qui ont, de manière significative, plus de mal à apprendre que la majorité des apprenants du même âge quand ils sont dans une situation particulière ou qu'ils souffrent d'un handicap qui les empêche ou les gêne dans leurs apprentissages.

Suite de parcours et/ou insertion professionnelle

- Suite : poursuite d'études possible; l'étudiant peut s'orienter vers :
 - Mastère BAC+5 Manager en Stratégie d'Entreprise (Alternance) au Campus St Jo : Partenariat ECORIS
 - Autres écoles supérieures
- Insertion professionnelle: insertion à l'emploi dans les métiers visés (item 1 de la fiche).

Enseignement de Spécialité

(seuil d'ouverture minimal de 10 inscrits):

- Management de la Grande Distribution
- E-commerce
- Entrepreneuriat



Site ECORIS : www.ecoris.com/certificateur

Lycée + Campus privés Saint Joseph
26 - 30 route de Calais
62280 St-Martin-Boulogne
Tél. 03 21 99 06 99 - contact@st-jo.com



Métiers du Management

FICHE ANNEXE

Annexe 1 : Programme de la formation

Responsable en Développement Commercial et Marketing 2025/2026

PROGRAMME DE LA FORMATION

BLOC 1

MARKETING OPERATIONNEL ET STRATEGIQUE

- Les notions de marché : offre (différents types de concurrents) et demande (profil comportement des consommateurs, motivations, freins), macro-environnement et les politiques du MIX marketing (7P)
- La politique de produit (PRODUCT) et stratégie digitale
- La politique de prix (PRICING) et stratégie digitale
- La politique de distribution / merchandising (PLACE) et stratégie digitale
- La politique de communication (PROMOTION) et stratégie digitale
- La politique PEOPLE-stratégie digitale et ses techniques pour dynamiser la relation client
- Le marketing stratégique
- Le marketing générationnel et l'approche des seniors, des générations X, Y, Z
- Les alternatives au mass marketing : marketing tribal, de l'authentique, de la proximité, ethnique
- Le marketing pour une démarche en développement durable

RSE :

- L'anthropocène et l'urgence climatique
- Les fondamentaux du développement durable et de la RSE
- Les principaux outils de diagnostic et d'évaluation en matière de développement durable et de la RSE
- Les modèles d'affaires responsables

BLOC 2

MARKETING DIGITAL

- Les techniques d'identification des cibles (personae marketing et buyer) du comportement et des demandes de la clientèle cible.
- Les différentes stratégies d'acquisition et de contenus : inbound et outbound marketing, influence.
- Les différents types de sites web, le CMS Wordpress.
- Les méthodes et la démarche pour définir une stratégie social média, le règlement RGPD, les normes légales et éthiques.
- Les techniques de netlinking : maillage interne, externe, backlinks.
- Les différents techniques de référencement naturel et payant.
- Le processus pour définir des objectifs et les différents indicateurs clés de performance pour analyser et suivre l'activité.
- Les techniques de prompt pour utiliser les outils d'IA de manière efficace et les différents outils d'IA générative.

COMMUNICATION STRATEGIQUE

- Les différents types de communication
- Les acteurs de ma communication
- Les objectifs et les cibles de communication
- La communication interne / La marque employeur
- La communication de crise
- Le droit de la communication

COMMUNICATION COMMERCIALE

- Les médias traditionnels
- Les médias off line
- Le hors média
- Le marketing direct / La promotion des ventes

BLOC 3

GESTION FINANCIERE et CULTURE ENTREPRENEURIALE

- Le bilan comptable, le compte de résultat, les provisions et amortissements
- Le bilan fonctionnel et ses ratios (FR, BFR et trésorerie)
- Les soldes intermédiaires de gestion
- La rentabilité et la structure financière de l'entreprise
- Et les formes sociétales : caractéristiques
- La rentabilité et la profitabilité de l'entreprise
- Le seuil de rentabilité et le levier opérationnel
- La gestion budgétaire et trésorerie

LEGISLATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

- Les bases du droit du travail, le contrat de travail et les éléments constitutifs du contrat de travail
- La gestion du temps de travail
- La gestion des congés
- La gestion des absences
- Le pouvoir disciplinaire et ruptures individuelles du contrat de travail

BLOC 4

MANAGEMENT DE L'EQUIPE DE VENTE

- Les évolutions actuelles et à venir des métiers de la vente, les statuts possibles pour une force de vente
- L'organisation collective via la notion de Plan d'Action Commerciale. La fixation des objectifs commerciaux et la gestion de rémunérations variables (force de vente salariée)
- Les bonnes attitudes et outils pour manager et fidéliser l'équipe de vente

RECRUTEMENT DE L'EQUIPE DE VENTE

- Les étapes de recrutement (avant, pendant et après)
- Les techniques d'entretien, les pièges et les "bonnes pratiques"

TECHNIQUES DE VENTE

- Les phases de la vente et les stratégies de négociation
- La vente complète
- Les outils d'aide à la vente physique et la prospection téléphonique
- Les outils digitaux de la relation client

SIMULATION DE VENTE

- Préparation à l'épreuve de Simulation de vente

COMMUNICATION et MANAGEMENT

- Les concepts de base de la communication
- Les rôles du manager et les différents styles de management
- La méthodologie de conduite de réunion
- Les techniques d'entretien : recrutement, évaluation et recadrage, professionnel
- L'application managériale des réseaux sociaux : le management 2.0 et la génération Y, Z

BLOC 5 (une spécialité au choix)

COMMERCE EUROPEEN

- Les étapes de la construction européenne
- Le triangle institutionnel et les autres institutions et organes
- Le marché intérieur
- Les politiques de soutien au marché intérieur
- Les politiques redistributives
- Les politiques de régulation
- La rédaction d'une note d'aide à la décision pour une entreprise française souhaitant exporter au niveau européen

TOURISME

- Les ressources et les acteurs du tourisme
- La demande et le Persona
- La démarche marketing
- La démarche de GRC
- Les outils liés aux tendances technologiques
- Les principes du tourisme durable actuels
- Les attentes en termes de tourisme d'affaire
- La conception et la commercialisation d'un produit touristique

INTERNATIONAL MARKETING

- Mondialisation des marchés (globalization of markets)
- Les différentes formes de présence à l'étranger (entry strategies)
- Les différents outils d'analyse (PESTEL - Mix marketing)
- Mesure des performances marketing à l'international
- Technique et langage présentation orale (how to give a presentation)

MANAGEMENT DES ACTIVITES SPORTIVES

- Le contexte et les enjeux du marketing sportif
- Les acteurs et leur positionnement sur le marché du sport
- La réglementation, le droit et l'éthique liés au marché du sport
- Le comportement des consommateurs du sport et des loisirs
- La vente de produits et de services à caractère sportif
- La relation avec les partenaires privés et publics
- Marketing et management d'une structure de type complexe ou club sportif
- Marketing et management d'un événement sportif local, national et international
- Optimisation de la relation clientèle omnicanale et des médias sociaux

● MARKETING DU LUXE

- Environnement du luxe : histoire, métiers
- Marchés du luxe : prêt à porter, joaillerie, horlogerie, vin, gastronomie, parfumerie
- Luxe et innovation
- Marketing du luxe : 7P, stratégie web, merchandising, réseau de boutiques

● INGENIERIE D'AFFAIRES

- Procédures légales en vigueur et contrats
- L'avis d'appel à la concurrence : contenu, documents, publication, modalités pour la voie électronique, recevabilité, choix du prestataire
- La communication entre le candidat et l'acheteur avant et après l'appel
- Négociation et marchés publics
- Exécution, paiement, révision du prix du marché public, retard d'exécution ou de paiement

● ENTREPRENEURIAT

- Les fondamentaux de l'entrepreneuriat et de la stratégie d'entreprise
- L'étude de marché
- Les prévisions financières
- Le financement de l'entreprise
- Le plan d'actions commercial et marketing
- Les différentes formes juridiques des entreprises et leur incidence sociale et fiscale
- Le cadre légal des entreprises
- L'écosystème des acteurs de la création d'entreprise
- Le business plan

● VENTE AUTOMOBILE

- Les abréviations des systèmes embarqués d'un véhicule
- Les fonctions des systèmes embarqués d'un véhicule
- La législation juridique et l'environnement de la vente automobile
- Les différents modes de financement pour l'acquisition d'un véhicule
- Les sources constructeurs et les outils d'estimation

● E-COMMERCE

- L'offre commerciale E-commerce : fondamentaux et facteurs clés de succès
- L'administration d'un site marchand (Woocommerce/Wordpress ou autre)
- La méthodologie UX design d'un site marchand
- La stratégie d'acquisition digitale
- La stratégie de fidélisation

- Les mécanismes de marketing automation
- L'analyse de la performance

● MANAGEMENT DE LA GRANDE DISTRIBUTION

- Le contexte de la distribution, caractéristiques et enjeux
- Les fonctions de la distribution, chaîne de valeur et rôle sociétal
- Le nouvel environnement de la distribution, la réglementation
- La stratégie globale des réseaux et enseignes
- Le MIX marketing d'une enseigne, d'un réseau GSA et GSS
- La politique de communication des réseaux et enseignes
- La chaîne de valeur et la logistique avancée
- L'évolution de la réglementation en grande distribution et les nouveaux enjeux du trade marketing
- Le data marketing, enjeux, RGPD et utilisation en relation clientèle
- Les enjeux du commerce en ligne, la grande distribution et la stratégie omnicanale

● VENTE DE PRODUITS D'ASSURANCE

- Les assurances de personnes
- Les assurances de biens et responsabilité
- Les risques d'entreprise
- Les produits d'assurance de personnes
- Les produits d'assurance de biens et responsabilité

BLOC MEMOIRE PROFESSIONNEL

● CONDUITE DE PROJET :

- Accompagnement individualisé pour la construction du projet et du mémoire

BLOC COMPLEMENTAIRE

● ANGLAIS APPLIQUE :

- Structures grammaticales
- Lexique professionnel
- Vocabulaire et expressions idiomatiques de la communication orale
- Vocabulaire et usages de la communication écrite

NB : Tout au long de l'année, le stagiaire devra élaborer un **projet personnel** qui fera l'objet d'un mémoire et d'une **soutenance** devant un **jury de professionnels**.

Les résultats de cette soutenance et des contrôles écrits et oraux détermineront l'obtention du titre **RESPONSABLE EN DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET MARKETING** inscrit au RNCP niveau 6 (arrêté ministériel du 31/05/2023)

Tarif de la formation

Pour l'alternant relevant d'un contrat d'apprentissage :

Conditions tarifaires sur demande Selon le décret n°2019-956 du 13 septembre 2019 « fixant les niveaux de prise en charge des contrats d'apprentissage ». Le tarif de la formation est aligné sur le montant de la prise en charge de l'opérateur de compétences concerné. Tarif de la formation : coût parcours OPCO par année de formation : 7 070,31€. Il peut varier selon la convention collective dont dépend l'employeur de l'apprenti, et selon les besoins particuliers de celui-ci (complément de prise en charge pour les apprentis en situation de handicap). Zéro reste à charge pour l'entreprise du secteur privé. Article L.6211-1 : « La formation est gratuite pour l'apprenti et pour son représentant légal. » Les employeurs du secteur public répondent à l'article L.6227-6 du code du travail : « Les personnes morales mentionnées à l'article L.6227-1 prennent en charge les coûts de la formation de leurs apprentis dans les centres de formation d'apprentis qui les accueillent (...) », à l'exception du secteur public territorial qui bénéficie du décret n° 2020- 786 du 26 juin 2020 relatif aux modalités de mise en œuvre de la contribution du Centre national de la fonction publique territoriale au financement des frais de formation des apprentis employés par les collectivités territoriales et les établissements publics en relevant.

Il est possible de financer la formation par : Le Compte Personnel de Formation (CPF) de transition ou le projet de transition professionnelle, le plan de développement des compétences, le CSP et PSE (licenciement économique), autres financements possibles (CMA, AGEFICE, FIFPL, ...)

Pour l'alternant relevant d'un contrat de professionnalisation :

Application des articles L 6111-1 et suivants, L6313-1 et suivants. La formation est prise en charge par l'OPCO de l'entreprise. Aucun coût financier est à la charge de l'alternant.

Pour les stagiaires relevant d'un contrat stage : 3 000€, suivant échéancier transmis avant contractualisation.

Pour les entreprises accueillant un alternant en contrat de professionnalisation :

La formation est prise en charge par l'OPCO de l'entreprise d'accueil. Il peut être établi un devis.

Rémunération pendant la formation

L'alternant(e) sera rémunéré(e), au minimum, suivant la grille légale applicable suivant la nature de son contrat (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation).

Pour les stagiaires relevant d'un contrat stage, la gratification sera déterminée suivant la grille légale ou selon la convention collective de l'entreprise d'accueil.

Equipe pédagogique / Formateurs (liste disponible sur demande)

- Formateurs / formatrices diplômés dans les domaines professionnels concernés
- Intervenants ponctuels sur des domaines d'expertises ou conférences
- Responsable formation
- Equipe administrative
- Equipe commerciale

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations

Anciennes versions de la certification professionnelle reconnues en correspondance partielle :

Bloc(s) de compétences concernés	Code et intitulé de la certification professionnelle reconnue en correspondance partielle	Bloc(s) de compétences en correspondance partielle
RNCP37633BC01 - Elaborer une stratégie commerciale et marketing	RNCP35758 - Responsable en Développement Marketing et Vente	RNCP35758BC01 - Élaborer une stratégie commerciale d'entreprise
RNCP37633BC02 - Déployer une stratégie marketing omnicanale efficiente	RNCP35758 - Responsable en Développement Marketing et Vente	RNCP35758BC02 - Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de marketing et communication
RNCP37633BC03 - Optimiser la gestion financière et juridique des activités commerciales et marketing de l'entreprise	RNCP35758 - Responsable en Développement Marketing et Vente	RNCP35758BC03 - Assurer la gestion d'une unité commerciale
RNCP37633BC04 - Encadrer les équipes et animer l'activité commerciale	RNCP35758 - Responsable en Développement Marketing et Vente	RNCP35758BC04 - Animer et encadrer l'activité commerciale
RNCP37633BC05 - Déployer l'offre commerciale sur un marché spécifique	RNCP35758 - Responsable en Développement Marketing et Vente	RNCP35758BC05 - Déployer l'offre commerciale sur un marché spécifique

Modularisation de parcours

Positionnement défini selon le certificateur.

Notre valeur ajoutée

- Le centre vous accompagne dans la recherche d'un employeur avec une équipe dédiée de conseillers entreprise.
- Le centre peut vous présenter des offres d'emploi en adéquation avec le diplôme ou la certification préparé.
- Un point écoute (accompagnement à la gestion de problèmes tel que le logement, le transport, la santé...) est accessible. Les informations pratiques seront transmises par le responsable pédagogique de la formation lors de l'entrée en formation.
- Un référent handicap est associé aux formations.
- Le centre est accessible par les lignes de transports en commun Marinéo (arrêt St Joseph).
Emplacements gratuits de stationnement dans les rues adjacentes.
- Le centre propose une restauration sur site par restaurant self-service ou par cafétéria.
La réservation en ligne est possible via une application.
Les prix, formules et menus sont disponibles sur le site internet.
- Le centre est équipé de réseau WIFI gratuit dans les espaces communs, restaurant scolaire et cafétéria.
- Le centre possède un centre de culture « nouvelle génération » avec accès gratuit aux ressources numérique.
- Le centre organise des manifestations culturelles dans l'amphithéâtre de l'établissement.
- L'établissement est charté ERASMUS ainsi que labélisé LYCEE DES METIERS.

Taux session 2024-2025 :

Taux obtention	89 %
Taux d'interruption en cours de formation	12 %
Taux de poursuite d'études	63 %
Taux d'insertion à l'emploi	20 %
Dont Taux d'insertion à l'emploi dans les métiers visés	100%
Autres (d.emploi, réorientation..)	17%
Taux de satisfaction du centre	90%