

« BACHELOR EUROPÉEN EN MARKETING DIGITAL »

En partenariat avec le Centre Européen des Examens de la Fédération Européenne des Écoles – FEDE

• CHAMP D'ACTIVITÉ

Le titre est inscrit au RNCP et reconnu par l'État au niveau 6 (Bac +3). Il permet d'occuper une fonction au sein d'un service Marketing ou Commercial d'une entreprise.

Le titulaire de la certification est responsable du développement et de la mise en place de la stratégie marketing et commercial. Il conçoit et met en œuvre des actions de fidélisation et de développement de la clientèle selon une démarche stratégique définie. Il est en contact régulier avec la clientèle. Il est susceptible de définir et de gérer des budgets, d'encadrer et de recruter du personnel. Il peut également capitaliser et anticiper les évolutions des nouvelles pratiques technologiques, devenir expert de la création, de la mise en œuvre et de la gestion de stratégies marketing digital (B to B ou B to C). Il peut exercer son activité dans tous les secteurs d'activité.

• LES COMPÉTENCES

- Connaît et définit une stratégie de développement commercial, marketing et marketing digital.
- Connaît les techniques de vente, d'encadrement et de recrutement
- Sait analyser les documents financiers d'une entreprise, peut établir un business plan et des tableaux de gestion
- Connaît l'environnement juridique de l'entreprise : contrat, problèmes, responsabilités.
- Maîtriser l'anglais.
- Maîtrise et utilise les circuits de l'information au niveau informatique et des réseaux sociaux.
- Sait situer son action professionnelle dans son contexte économique et politique européen.
- Comprendre le fonctionnement de l'Union Européenne.

• MODALITÉS PRATIQUES

Le cursus se déroule sur une année, sur un rythme de 2 jours de cours par semaine.

Il est accessible en contrat (ou période) de professionnalisation / d'apprentissage (statut salarié), en formation initiale (statut étudiant), ou en PTP (statut salarié). Le titre est également accessible par la voie de la VAE (Validation des Acquis de l'Expérience).

L'admission est ouverte aux titulaires d'un Bac +2 ou de 120 crédits ECTS. Celle-ci se fait sur dossier de candidature, entretien de motivation et test de langue vivante

• PROGRAMME

MARKETING OPÉRATIONNEL ET STRATÉGIQUE	Fondements du marketing
	Plan stratégique
	Marketing spécifique et nouvelles tendances
	Droit du marketing
	Gestion relation client
	E-marketing
	Audit marketing Plan marketing
MARKETING DIGITAL	Stratégie UX
	Data et marketing
	Digital Brand Content
	Communication digitale
	Droit du marketing digital
LE PROJET EUROPÉEN	L'Europe actuelle
	Enjeux, défis et avenir
	Culture et diversité en Europe
	La citoyenneté européenne
	Le fonctionnement de l'Union européenne
MANAGEMENT INTERCULTUREL	La communication interculturelle
	Gérer l'interculturel et résoudre des conflits
	Les ressources humaines en Europe
	La RSE

- **LE MARKETING ET LE MANAGEMENT**

La pédagogie doit faire une large place à l'initiative de l'étudiant et à son travail personnel, pour mettre en œuvre les connaissances et compétences acquises.

- **LANGUE VIVANTE EUROPÉENNE**

Les objectifs sont les suivants :

- Comprendre les points essentiels lorsqu'un langage clair et standard est utilisé dans le travail, en formation, dans les loisirs.
 - Maîtriser les situations linguistiques rencontrées dans le pays de langue cible.
 - Produire un discours simple et cohérent sur des sujets familiers.
 - Discuter d'un évènement d'une expérience, d'argumenter une opinion.
- L'enseignement se fait en face à face pédagogique et en e-learning.

- **LE CADRE PROFESSIONNEL • PRATIQUE EN ENTREPRISE**

Dans le cadre du **stage en entreprise**, l'étudiant doit réaliser une ou plusieurs actions autonomes dans le domaine du marketing digital. Cette ou ces missions devront être en adéquation avec le contenu du référentiel de techniques professionnelles.

Dans le cadre du **projet tutoré**, l'étudiant doit montrer sa capacité à mettre en œuvre une stratégie permettant la réalisation effective d'une action mercatique, au travers d'un mémoire retraçant l'ensemble des actions menées pour la réalisation d'une opération marketing définie début d'année.

- **RÈGLEMENT D'EXAMEN**

ÉPREUVES OBLIGATOIRES	COEFFICIENTS
Épreuve professionnelle écrite 1	5
Épreuve professionnelle écrite 2	2
Entretien professionnel	4
Contrôle continu	2
Langue vivante européenne 1 – épreuve écrite	2
Langue vivante européenne 1 – épreuve orale	2
Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	1
Le management interculturel et les ressources humaines en Europe	2

- **PLUS-VALUE DE LA FORMATION : LES ENSEIGNEMENTS EUROPÉENS**

- La construction européenne.
- L'Union Européenne et le Monde.
- Les Institutions : leurs rôles et fonctionnements.
- Le Droit de l'Union Européenne et du Conseil de l'Europe.
- La communication interculturelle.

- **LES COMPÉTENCES**

Le programme aborde la gestion de l'innovation et du développement de l'entreprise.

Le webmarketing, les réseaux sociaux et la communication digitale.

L'objectif est la maîtrise des Nouvelles Technologies, de l'Information et de la Communication, la mise en place d'une stratégie de marketing digital, ainsi que des possibilités offertes par Internet.

- **PLUS D'INFORMATIONS**

Taux d'insertion global à 6 mois • 99%

Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois • 84%

Lien vers la certification •

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36374/>

Contact alternance :

m.neufang@ecoledecommerce.com