

 e-Learning |  2 450€ |  400h

BACHELOR EUROPÉEN MARKETING

PRÉ-REQUIS

BTS, DUT ou autres diplômes de niveau BAC +2.

OBJECTIFS

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 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

PROGRAMME

Marketing opérationnel et stratégique

- Comprendre la démarche et les concepts de segmentation, cible et positionnement
- Maîtriser les étapes d'une stratégie marketing et les décisions clés en matière de stratégie produit
- Maîtriser les différentes matrices d'analyse et assimiler les outils d'aide à la décision
- Élaborer des stratégies marketing
- Maîtriser les outils et méthodes pour déceler les opportunités économiques
- Choisir les formes de communication les plus appropriées
- Mettre en place et de suivre une étude marketing
- Connaître et comprendre les nouvelles tendances du marketing

Marketing des services et industriel B to B

- Maîtriser la démarche marketing-mix dans l'environnement B to B
- Comprendre les spécificités du B to B au niveau du management des services
- Bâtir une stratégie marketing des services et connaître les spécificités des services
- Intégrer l'univers relationnel du Web 2.0 et les outils informatiques relevant d'internet dans la mise en place d'un plan marketing
- Connaître les enjeux d'une stratégie de fidélisation
- Appréhender les spécificités des clients des établissements bancaires et de leur comportement

Marketing international et e-marketing

- Comprendre le contexte global des marchés de la consommation et de la production
- Calculer un coût de revient à l'import et un prix d'offre à l'export
- Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement interculturel en comprenant les approches culturelles et en choisissant les outils adaptés à la communication
- Comprendre la démarche e-business et connaître les acteurs du net
- Maîtriser les outils de communication du e-marketing et leur mise en oeuvre
- Mettre en place une stratégie de fidélisation et de gestion de la relation client avec les outils internet

Pratique professionnelle

Dans le cadre d'un projet tutoré, il élabore et met en oeuvre une stratégie permettant la réalisation effective d'une action dans le domaine du marketing.

Ce module pratique fait l'objet de la rédaction d'un mémoire ou rapport d'activité et d'une soutenance orale.

METIERS

Responsable marketing opérationnel
Responsable marketing client
Responsable commercial
Chef de produit(s) junior
Chef de marché junior
Chef de projet en marketing
Responsable développement produit
Chargé(e) de clientèle
Chef de publicité

COMPÉTENCES

- Mener une étude marketing opérationnelle
- Mettre en oeuvre 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 oeuvre un plan de marketing B to B
- Mesurer les impacts d'une action marketing
- Analyser le positionnement d'une offre et d'un produit

Culture et citoyenneté européenne

- Acquérir une culture sur le fonctionnement, les institutions, les aspects géographiques, géopolitiques et économiques de l'Europe
- Comprendre le modèle européen et ses particularités (*historique, réglementaire, juridique et culturel*)
- Comprendre l'Europe au sens large du terme (*interculturalité, ressources humaines, politiques et religions, commerce international, fiscalité européenne...*)
- Acquérir un ensemble d'outils permettant d'envisager la création d'une activité économique dans un pays de l'UE
- S'approprier certains codes culturels afin de comprendre leurs impacts dans les relations interpersonnelles
- D'accompagner et de favoriser la mobilité des salariés et des talents afin de leur permettre d'évoluer dans un contexte international

Langue vivante européenne

Acquérir le niveau B1 (*écrit et oral*) du CECR de maîtrise d'une langue vivante européenne