

# Programme de Formation 2020-2021

Titre Responsable International(e) en Marketing Développement  
Certification enregistrée au RNCP Niveau II  
JO du 7/06/2016

Option Marketing, Communication & Événementiel

## Objectifs

---

Le Responsable International en Marketing Développement a pour objectif d'établir le positionnement d'une entreprise ou d'un produit à l'international et d'assurer leur développement. Elle/Il exerce également des fonctions transverses aux différents services de l'entreprise et assure l'interface entre la direction de laquelle elle/il dépend et les équipes qu'elle/il coordonne. Elle/Il est le garant de la mise en place la stratégie définie et du suivi de son exécution. Elle/Il est capable de travailler avec des équipes multiculturelles et dans une ou plusieurs langues étrangères.

## Prérequis

---

La formation est accessible aux étudiants ayant validé ou étant en cours de validation d'une 2ème ou d'une 3ème année de 1er cycle (BTS, DUT, classe prépa, Licence 2 ou Licence 3...).

## Approche pédagogique & technique

---

Cours présentiel en salle.

Les cours alternent cours magistraux, workshop (ateliers de mise situation), projet en équipe et présentation orale.

## Intervenants

---

Tous nos intervenants sont recrutés sur la base de leur expérience professionnelle, sont des experts dans leur domaine et font preuve de capacités pédagogiques avérées.

## Volume horaire et calendrier : ci-joint

---

## Modalités de suivi

---

Feuilles d'émargement par cours avec signature du stagiaire.

## Modalités d'évaluation et de validation

---

Evaluations : contrôle continu 50 % (sous forme d'écrit ou d'oral) et examen (final) 50 %

### **Construire, appliquer et évaluer une stratégie de développement dans un contexte international**

- ✓ Réaliser une analyse concurrentielle prenant en compte l'environnement à différentes échelles : locales, nationales et internationales, le contexte culturel et interculturel.
- ✓ Analyser les données recueillies pour identifier des opportunités de développement
- ✓ Définir un marché cible et formuler des recommandations stratégiques
- ✓ Etablir un plan d'action commercial et choisir les outils à utiliser
- ✓ Planifier l'action commerciale
- ✓ Evaluer la stratégie commerciale et proposer des actions complémentaires
- ✓ Négocier des contrats
- ✓ Manager et animer l'équipe commerciale
- ✓ Planifier l'action commerciale
- ✓ Evaluer la stratégie commerciale et proposer des actions complémentaires
- ✓ Négocier des contrats
- ✓ Manager et animer l'équipe commerciale

### **Concevoir et réaliser une stratégie marketing en cohérence avec la stratégie globale du service/de l'entreprise**

- ✓ Réaliser une veille concurrentielle et identifier des opportunités de développement ainsi que les menaces
- ✓ Analyser un marché ou un produit et déterminer son positionnement
- ✓ Analyser les comportements de consommation du secteur étudié
- ✓ Etablir des objectifs clairs en termes de cible : positionnement à atteindre, part de marché, pénétration
- ✓ Construire la stratégie pour atteindre les objectifs fixés
- ✓ Identifier et élaborer les outils de promotion et de communication appropriés
- ✓ Etablir un budget prévisionnel
- ✓ Former la force de vente à l'utilisation de ces outils

### **Gérer un projet de marketing/développement**

- ✓ Coordonner la mise en œuvre des différents outils et événements
- ✓ Motiver la force de vente, animer l'équipe marketing opérationnel
- ✓ Suivre la réalisation du projet
- ✓ Valider les dépenses engagées
- ✓ Assurer le suivi régulier des dépenses engagées et ajuster si besoin
- ✓ Assurer un reporting régulier des étapes du projet
- ✓ Identifier et renseigner des indicateurs pertinents permettant de mesurer l'impact des actions menées
- ✓ Enrichir les mesures obtenues par des études complémentaires (études qualitatives ...)
- ✓ Synthétiser l'information produite
- ✓ Analyser les résultats obtenus
- ✓ Formuler des recommandations
- ✓ Effectuer un reporting

### **Modalités pratiques**

---

Volume horaire : **454 H**

Lieu : **25 rue de l'Université 69007 LYON**

**Coût global : 8 550 € net de taxe**

---

## PROGRAMME PAR MODULES

Matières/Courses	Heures	Contrôle continu	Contrôle continu	Examen final
<b>UE 1 Culture et géopolitique</b>				
Géopolitique	18	Cas pratique	Présentation	
Droit des affaires	18	Cas pratique	Présentation	1
<b>UE 2 Marketing, communication développement commercial</b>				
Inbound Marketing	18		Présentation	1
Marketing digital	18	Cas pratique	Présentation	
Relations publiques & Lobbying	9		Présentation	
Brand Management	18		Présentation	1
Développement & gestion d'un point de vente	18		Cas pratique	1
Transformation Digitale	9	Cas pratique		
Gestion de projet événementiel	18		Présentation	1
Événementiel entreprise	9	Cas pratique		
Stratégie cross media	18	Cas pratique	Présentation	
Sponsoring & partenariats	9		Présentation	
Communication et stratégie créative	18		Présentation	1
Corporate communication	18	Cas pratique	Présentation	
<b>UE 3 Stratégie et management</b>				
Postures managériales	9	Cas pratique	Présentation	
Stratégie d'entreprise	18	Cas pratique	Présentation	1
Diagnostic financier	18	Cas pratique	Présentation	
<b>UE 4 Langues et methods</b>				
LV1 – Anglais	36	Cas pratique	Présentation	1
LV2	27	Cas pratique		
Marché de l'évènementiel	18	Cas pratique	Présentation	
L'art de convaincre	9	Présentation		
Développer son réseau professionnel	9	Participation	Présentation	
<b>UE 5 Culture entreprise et projets</b>				
Mission conseil entreprise	45	Cas pratique	Oral	
Conférences métiers	9	Participation	Participation	Participation
Motion Design	18	Participation	Cas pratique	
Working Paper & Grand oral	22		Oral	
<b>Total</b>	<b>454</b>			