

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 du luxe, Mode et Tourisme

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
UE 1 Culture et géopolitique				
Géopolitique	18	Cas pratique	Présentation	
Droit des affaires	18		Présentation	1
UE 2 Marketing, communication développement commercial				
Inbound Marketing	18	Cas pratique	Présentation	
New consumers du BtoB au CtoC	18		Présentation	1
Retail marketing	18	Cas pratique	Présentation	
Communication et stratégie créative	18		Cas pratique	1
Histoire et culture du luxe	18	Présentation	Cas pratique	
Brand Management	18		Présentation	1
Relation client & Luxe	9	Cas pratique		
International Marketing	18	Cas pratique		1
Luxury and Asia Market	9		Présentation	
Marketing d'influence	9	Cas pratique		
Développement & gestion d'un point de vente	18	Cas pratique	Présentation	
UE 3 Stratégie et management				
Postures managériales	9	Cas pratique	Présentation	
Stratégie commerciale & Fast fashion	18		Présentation	1
Stratégie d'entreprise	18		Présentation	1
Diagnostic financier	18	Cas pratique	Présentation	
UE 4 Langues et méthodes				
LV1 – Anglais	36	Cas pratique	Présentation	1
LV2	27	Cas pratique		
Motion design	18	Participation	Présentation	
L'art de convaincre	9		Présentation	
Développer son réseau professionnel	9	Participation	Présentation	
UE 5 Culture entreprise et projets				
Mission conseil entreprise	45	Cas pratique	oral	
Conférences métiers	9	Participation	Participation	Participation
Transformation Digitale	9	Participation	Cas pratique	
Working Paper & Grand oral	22		oral	
Total	454			