



le Centre
des Apprentis
d'Alsace

CFA DE L'ENSEIGNEMENT
CATHOLIQUE

- Institution Don Bosco
- Institution St-Jean
- **Institution Ste-Clotilde**
- Institution Ste-Jeanne d'Arc
- Institution Ste-Philomène
- Lycée Charles de Foucauld
- Lycée Sonnenberg
- Lycée St-Joseph de Cluny

Contact UFA

Institution Ste-Clotilde

STRASBOURG

Olivia Xoual - Tél. : 03 88 45 57 20

www.clotilde.org

Formacode : 34093

Code NSF : 312

Code Rome : M1703-M1704-M1705-E1101-M1707

Le Centre des Apprentis d'Alsace

3 Route de Bâle
68000 COLMAR

Tél. 03 89 20 83 27

www.cfa-caa-alsace.fr

BACHELOR

Responsable de la performance commerciale et du marketing

CODE RNCP 36485 - Niveau 6 (BAC +3)

GMD

Arrêté du 1er juin 2022



Pré-requis

- Etre titulaire d'un Bac + 2 minimum

Objectifs

- Le Bachelor Marketing Digital permet de valider le titre de "Responsable de la performance commerciale et du marketing digital". Il s'agit d'une formation hautement professionnalisante qui transcende le concept actuel du e-marketing en couvrant l'ensemble des médias digitaux et en développant de nouvelles techniques de communication et de relations clients

Débouchés

- Responsable commercial, Ingénieur Commercial
- Responsable e-commerce, Responsable de l'e-marketing
- Social media manager, Content Manager, Community Manager
- Responsable de la stratégie digitale
- Chef de Produit, Responsable de la Promotion des Ventes
- Directeur des Ventes, Responsable Marketing
- Chargé de développement commercial Web, Responsable site web
- Responsable de la stratégie mobile
- Chef de projets marketing
- Consultant marketing

Durée

- 475 heures
- Rythme de l'alternance variable selon l'UFA

Résultats session 2023-2024 - Effectifs : 4

100% Taux de réussite

0% Taux de rupture

85% Taux de satisfaction

NC Taux de poursuite d'étude

NC Taux d'insertion professionnelle

INSERJEUNES
L'Association Française des
Associations de Jeunes
et des Apprentis d'Alsace

Compétences visées

A.1. Domaine stratégie marketing et communication multicanale : Participation à la mise en place de la stratégie et de la politique marketing de l'entreprise, en particulier digitale.

A.2. Domaine commercial : participer au développement commercial de l'entreprise en ligne et hors ligne - décliner les orientations stratégiques en objectifs prévisionnels et opérationnels de vente.

Mettre en œuvre des actions de prospection et de fidélisation en utilisant les nouvelles technologies et le Web. Mener des négociations et faire des propositions écrites et orales en langue anglaise.

A.3. Conception, développement et suivi du pôle communication et commercialisation digitales de l'entreprise.

Créer un site internet vitrine ou marchand et dialoguer avec une agence Web. Créer les contenus visuels. Assurer le référencement du site (SEO, SEA). Identifier la communauté de l'entreprise et community management. Analyser l'expérience utilisateur. Mesurer et analyser les retombées.

A.4. Management de projet, animation de groupe et management d'équipe : Conduire un projet. Animer une réunion ou un groupe.

Modalités d'évaluation

■ Organisme certificateur : GMD Idelca Business School



Épreuves écrites

Rédaction et soutenance orale du projet de stage

Évaluation du stage par le tuteur

Épreuve d'anglais (TOEIC)

■ Possibilité de validation par blocs de compétences :

oui non

Modalités pédagogiques

- Formation en alternance
- Equipement des salles (vidéo, tableau numérique, ordinateurs et plateaux techniques)
- Enseignements généraux
- Enseignements professionnels
- Enseignants Education nationale et formateurs
- Calendrier d'alternance sur demande (voir avec l'UFA)

Poursuite d'études

- Master marketing et E-Business

Accessibilité

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Notre référent handicap est à votre écoute pour l'analyse de vos besoins spécifiques et l'adaptation de votre formation.

Contactez le responsable pédagogique de l'UFA.

Modalités d'accès

- Avoir moins de 29 ans révolus
- Sur dossier et entretien

Financement

- Gratuité en apprentissage
- Financement par l'OPCO de l'entreprise selon son IDCC