

Bachelor EGC – Diplôme Supérieur en Marketing Commerce et Gestion – Formation initiale



✓ Objectifs :

- Dans le respect des orientations générales de l'entreprise et en lien avec les services concernés, mobiliser les méthodes et les outils du marketing pour valoriser l'offre de l'entreprise.
- Dans le respect de la réglementation et de la politique tarifaire de l'entreprise, mener des actions commerciales pour maximiser les potentiels de sa zone/produit.
- Dans le cadre du pilotage de son entité, estimer et contrôler la rentabilité d'un produit ou d'une activité, mesurer la performance de l'organisation.
- Dans un contexte hiérarchique ou non hiérarchique, assurer le management d'une équipe ou d'une activité pour atteindre les objectifs fixés par sa direction.

👤 Public visé :

Tout candidat, français ou étranger, âgé de 30 ans au plus à la date de la rentrée prévue dans l'établissement

📋 Prérequis :

Entrée en 1^{ère} année : être titulaire ou susceptible d'être titulaire avant le 30 septembre de l'année du concours d'une certification de niveau 4 et satisfaire aux épreuves de sélection de l'Ecole

Entrée en 2^{ème} année : être titulaire d'un diplôme français ou d'un titre français ou étranger admis en dispense, disposant de 120 ECTS ou d'une formation universitaire ayant validé 60 ECTS et satisfaire aux épreuves de sélection de l'Ecole

Entrée en 3^{ème} année : être titulaire d'un diplôme de type BTS ou DUT tertiaires, ou avoir validé 120 ECTS dans les filières économie, gestion ou administration et satisfaire aux épreuves de sélection de l'Ecole

📍 Modalités et délais d'accès :

La formation est accessible en formation initiale (temps plein)

Étapes d'inscription en 1^{ère} année :

- 1) Dépôt de candidature sur Parcoursup
- 2) Admission sur présentation au concours d'entrée Bachelor EGC (étude du dossier, test et entretien de sélection)
- 3) Inscription définitive à compter de la signature du dossier d'inscription et du bordereau d'engagement financier

Étapes d'inscription en 2^{ème} et 3^{ème} années :

- 1) Admission sur dossier, tests et entretien
- 2) Inscription définitive à compter de la signature du dossier d'inscription et du bordereau d'engagement financier

Les délais d'accès sont compris entre 3 et 8 mois, selon le calendrier de la formation et le dispositif de financement mobilisé

🕒 Rythme d'enseignement :

1 697 heures de formation
1 680 heures en entreprise (stages)
Code diplôme : 26031219
Code RNCP : 35605



Type de formation :

Formation diplômante/certifiante – Formation initiale



Filière de formation :

Commerce & Distribution / Marketing & Relation client / Gestion Entreprise



Niveau de sortie de la formation :

Niveau 6 (Bac+3) – 180 ECTS



Durée de la formation :

3 années / 3 325 heures
1^{ère} année : 1 008 heures dont 623 en formation
2^{ème} année : 1 274 heures dont 679 en formation
3^{ème} année : 1 043 heures dont 343 en formation



Coût de la formation :

Frais de scolarité

Option 1 - règlement en 3 versements : 6 150 €
Option 2 - règlement en 4 versements : 6 250 €
Option 3 - règlement en 8 versements : 6 450 €

Frais annexes

Cotisation BDE : 60 €/an
Abonnements ressources pédagogiques : 60 €/an

Frais d'examen

Voltaire (1^{ère} année) : 42 €
TOEIC (3^{ème} année) : 60 €
ELYTE (3^{ème} année) : 100 €



Prochaines sessions :

02 septembre 2024



Accessibilité handicap :

Site répondant aux conditions d'accessibilité et desservi par un réseau de transport urbain
Pour plus d'informations, consultez notre page dédiée



EGC Martinique – Skillfor Campus

Pôle Consulaire de Formation
Rue Aubin Edmond – Quartier Case Navire
97233 SCHOELCHER
0596 42 78 78
www.skillforcampus.com



Contact :

Sarah CHARLES-FELICITE
contacts@egc-martinique.com
05 96 64 98 41



Modalités pédagogiques :

Formation mixant présentiel et distanciel (blended learning)

- Cours magistraux
- Travaux dirigés
- E-learning
- Projets
- Opérations terrain
- Dossiers et thématiques en groupes
- Mises en situation
- Simulations,
- Etudes de cas
- Périodes professionnelles en entreprise

Chaque intervenant dispensant les modules de cours de ce cursus sont qualifiés et experts dans leur périmètre d'enseignement.



Programme :

Les compétences professionnelles s'acquièrent à la fois en centre de formation dans le cadre d'ateliers professionnels mais aussi en entreprise dans le cadre de l'alternance

Possibilité de valider un ou plusieurs blocs de compétences

RNCP35605BC01 Contribuer à définir la stratégie marketing et assurer sa mise en œuvre – 133 heures

Dans le respect des orientations générales de l'entreprise et en lien avec les services concernés, mobiliser les méthodes et les outils du marketing pour valoriser l'offre de l'entreprise.

- 1- Réaliser une veille (marché, secteur d'activité, entreprise...), en utilisant diverses sources informationnelles nationales comme internationales
- 2- En utilisant les méthodes et outils du marketing, mener une analyse de son environnement concurrentiel, pour un positionnement optimal sur son marché.
- 3- A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, élaborer un plan marketing qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits
- 4- Afin d'atteindre les résultats fixés dans le plan marketing, préciser le calendrier et les moyens nécessaires pour le déploiement de la stratégie à mettre en œuvre.
- 5- En relation avec les services financiers, élaborer le budget prévisionnel pour l'opération en relation avec le service financier et les indicateurs du suivi.
- 6- Déployer le plan de communication en mobilisant les événements, les canaux et circuits et en utilisant des outils d'animation, de communication et de promotion.
- 7- En complément des supports traditionnels, activer les leviers web marketing (réseaux sociaux, mobiles/tactiles...) dans le respect de la campagne définie et des moyens disponibles, et en veillant à la e-réputation de l'entreprise et à la sécurisation des datas.
- 8- A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, présenter et justifier auprès de sa direction un plan de communication qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits.

RNCP35605BC02 Participer à la politique commerciale et commercialiser l'offre de l'entreprise – 142 heures

Dans le respect de la réglementation et de la politique tarifaire de l'entreprise, mener des actions commerciales pour maximiser les potentiels de sa zone/produit.

- 1- En tenant compte du plan marketing ainsi que des enseignements des précédents plans commerciaux et du potentiel de son portefeuille, repérer les orientations à privilégier pour l'élaboration d'un nouveau PAC, en relation avec les différentes directions de l'entreprise.
- 2- A partir des orientations retenues, planifier un plan d'actions commerciales en priorisant les actions, les moyens, et en définissant les outils de son suivi.
- 3- Afin de développer un portefeuille, mettre en œuvre un programme de prospection dans le respect du plan d'actions.
- 4- Afin de défendre un portefeuille, mettre en œuvre un programme de fidélisation dans le respect du plan d'actions.
- 5- A partir du renseignement des tableaux de suivi du PAC, évaluer la performance du plan d'actions en tenant compte des résultats de la concurrence
- 6- Au regard des résultats, proposer à sa direction des actions correctives pour atteindre les objectifs commerciaux
- 7- A partir des informations recueillies sur le client et sur le marché, et dans le respect des consignes commerciales fixées par l'entreprise, préparer la négociation commerciale en identifiant l'adéquation possible entre les besoins du client et les capacités de réponse de l'entreprise.
- 8- Après avoir vérifié l'intérêt à agir, structurer une proposition commerciale et préparer les documents supports de l'argumentaire afin de défendre l'offre devant le client.
- 9- En adaptant sa stratégie au déroulement de l'entretien, conduire un entretien, en français ou dans un contexte international, pour aboutir à un résultat satisfaisant
- 10- Seul ou avec l'appui de son supérieur, conclure une négociation en vérifiant l'accord du client sur les différents termes de la proposition commerciale
- 11- A l'issue de la négociation, élaborer des documents commerciaux avec l'appui du service juridique.

RNCP35605BC03 Maitriser les fondements de la gestion budgétaire et de l'analyse financière – 134 heures

Dans le cadre du pilotage de son entité, estimer et contrôler la rentabilité d'un produit ou d'une activité, mesurer la performance de l'organisation.

- 1- En collaboration avec les autres services de l'entreprise, déterminer le coût réel d'un produit en identifiant toutes les charges de l'entreprise.
- 2- Dans le respect de la politique de l'entreprise, estimer la viabilité économique d'un projet ou d'un produit à partir du calcul de ratios-clés et d'un état prévisionnel.
- 3- En intégrant les obligations légales et les engagements en termes de responsabilité sociale et sociétale, établir des indicateurs et tableaux de bord sur la performance générale attendue.
- 4- Dans le cadre des démarches d'amélioration de données, déployer des procédures de collecte, en veillant à leur application auprès des parties prenantes.
- 5- A partir des données collectées et des indicateurs de gestion, établir des budgets et des comptes rendus d'activité en prévisionnels et en rectificatifs.
- 6- Au regard des charges et recettes constatées et en lien avec les autres services de l'entreprise, analyser le fonctionnement de l'entreprise en termes de métiers, tâches, unités, afin d'en améliorer la performance.
- 7- Afin de mesurer la performance d'une activité ou d'une entreprise, contribuer à l'élaboration de rapports d'audit permettant de déterminer des actions correctives pour améliorer la rentabilité de l'entreprise.

RNCP35605BC04 Manager un projet, une activité, une équipe – 130 heures

Dans un contexte hiérarchique ou non hiérarchique, assurer le management d'une équipe ou d'une activité pour atteindre les objectifs fixés par sa direction.

- 1- En fonction des objectifs fixés et des besoins en compétences identifiés, participer à la constitution de son équipe en déterminant les ressources humaines nécessaires à son activité.
- 2- Dans le respect des résultats attendus, et afin d'obtenir une validation de la direction, établir le phasage d'un projet et une analyse de faisabilité en identifiant les risques, le business plan et le chemin critique.
- 3- Afin d'optimiser l'organisation de l'équipe, définir l'activité en répartissant les tâches et en précisant les résultats individuels attendus.
- 4- En accord avec sa direction, communiquer dans le cadre et autour du projet au regard des objectifs et du planning défini en contrôlant en contrôlant son avancement et en identifiant des ajustements potentiels à réaliser.
- 5- Par la collaboration avec les services concernés, contribuer à un climat social serein et à l'épanouissement professionnel de son équipe en respectant la législation en vigueur dans toutes les phases du management (recrutement, évaluation, évolution de parcours).
- 6- Afin de susciter l'adhésion et la motivation de son équipe, communiquer par différents canaux en partageant les informations et en rappelant les objectifs.
- 7- Afin d'optimiser les résultats de son équipe et effectuer des comptes rendus auprès de sa hiérarchie, identifier les critères d'évaluation de la performance applicable à l'équipe et à chaque individu, en fonction des objectifs fixés collectivement et individuellement.
- 8- Afin de valoriser son activité et présenter ses résultats, développer son réseau professionnel dans le respect de l'entreprise.

★★☆ Modalités d'évaluation :

La formation est composée de 4 blocs de compétences et peut être validée en formation initiale ou en formation continue par blocs séparés et dans son intégralité

Les blocs sont certifiés et donnent lieu chacun à une ou plusieurs évaluations et une validation de bloc

Les blocs sont certifiables par la VAE

Le candidat dispose de 5 ans pour capitaliser les blocs et obtenir la certification complète

Sont pris en compte pour la décision de délivrance du diplôme de l'EGC Martinique et la certification reconnue par l'Etat :

- La validation des blocs :148 ECTS
La validation d'un bloc de compétences repose sur une double condition :
 - La moyenne du bloc doit être supérieure ou égale à 10/20
 - La moyenne de chaque matière composant le bloc doit être supérieure ou égale à 7/20
- Les résultats aux Epreuves finales :12 ECTS
- Le mémoire de fin d'études : 20 ECTS

Conditions de délivrance du diplôme

Sont déclarés admis les candidats ayant obtenu :

- Une moyenne générale supérieure ou égale à 10/20 dans chaque bloc de compétences
- Une note de mémoire supérieure ou égale à 10/20
- Une note supérieure ou égale à 6/20 pour chacune des épreuves nationales
- Un score de 550 au TOEIC ou tout test officiel équivalent (niveau B1 du cadre européen) pour l'obtention du diplôme

Des mentions seront attribuées en fonction de la moyenne obtenue :

- une mention Assez Bien pour une moyenne supérieure ou égale à 12/20
- une mention Bien pour une moyenne supérieure ou égale à 14/20
- une mention Très Bien pour une moyenne supérieure ou égale à 16/20

Les félicitations du jury seront données en fonction de la note finale de mémoire (note supérieure à 17/20)

L'étudiant déclaré admis se verra décerner :

- Le diplôme de l'EGC Martinique - diplôme Supérieur en Marketing, Commerce et Gestion - visé contrôlé par l'Etat (BO du 23/07/2020)
- Le Titre de Responsable en Marketing, Commercialisation et Gestion, inscrit au RNCP, niveau 6 (JO du 07/08/2018) et délivré par CCI France
- Le Bachelor in Business and Management, délivré par le Réseau EGC uniquement pour les étudiants ayant obtenu un score supérieur à 750 au TOEIC



Perspectives et débouchés :

Suites de parcours :

Les titulaires du Bachelor EGC peuvent s'insérer à l'issue du cursus ou s'inscrire dans une continuité de parcours les amenant à un niveau de sortie Bac+4 (Titre Professionnel Responsable en Gestion) ou Bac+5 (Master en Marketing dans un monde digital, M1/M2 en grandes écoles de commerce)

Equivalences/Passerelles :

Aucune

Emplois visés :

Le diplômé Commerce, Marketing et Gestion exerce dans tous métiers de l'univers du commerce et du marketing, principalement en qualité de conseiller commercial, chargé de clientèle, chargé d'études marketing. Il évolue dans les 3 à 5 années suivantes vers des postes de responsable commercial, responsable marketing et de gestionnaire d'unité, d'entreprise ou de contrôleur de gestion

Les postes occupés par nos diplômés à la sortie sont :

- Assistant marketing
- Chef de produit junior
- Webmarketer
- Community manager
- Traffic manager
- Commercial junior export
- Chef de secteur
- Category manager
- Manager de rayon
- Responsable d'unité
- Acheteur junior
- Assistant de gestion



Les points forts de la formation :

- Préparer à la fois un diplôme Bac+3 Visé par le ministère de l'Enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation, et une certification reconnue par l'Etat de niveau 6
- Intégrer une école à taille humaine avec un accompagnement et un cursus individualisé pour construire votre projet professionnel
- Profiter d'une pédagogie active qui met l'entreprise au cœur des apprentissages
- S'engager dans une formation personnalisée de haut niveau académique et technique, ouverte à l'international
- S'épanouir au sein d'une école qui propose des méthodes ancrées dans la réalité, favorisant l'amélioration des performances individuelles grâce à une diversité de parcours et un large éventail d'échanges et d'expériences (vie associative, séminaires, alternance...)
- Obtenir une véritable expérience professionnelle et un emploi dès sa sortie des études grâce au soutien des Chambres de Commerce et d'Industrie et de leur réseau d'entreprises



Chiffres clés :

Taux d'obtention de la certification : 54%
Taux d'interruption en cours de formation : 7%
Taux de satisfaction : 70%

Taux de poursuite d'études : 40% (sortants 2023)
Taux global d'insertion : 5% (sortants 2023)