

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



✓ Objectifs :

L'EGC a pour finalité, en conformité avec la charte qualité de l'EGC Business School, la certification des cadres et collaborateurs répondant aux besoins des entreprises implantées au cœur des territoires.

Ces managers intermédiaires jouent un rôle central dans l'entreprise entre le niveau de direction générale et les relais opérationnels sur le terrain.

Ces collaborateurs formés et certifiés à l'EGC sont évolutifs dans les différentes activités qui composent l'entreprise :

- Concevoir une stratégie marketing
- Piloter l'efficacité commerciale de l'entreprise
- Optimiser la performance financière d'une entreprise
- Coordonner un projet de développement d'une offre

👤 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} année :

- 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



SKILLFOR

CENTRE DE FORMATION
DES APPRENTIS



Type de formation :

Formation diplômante/certifiante – Formation initiale



Filière de formation :

Commerce-distribution & Logistique / Marketing & Relation client / Gestion Entreprise



Niveau de sortie de la formation :

Niveau 6 (Bac+3) – 180 ECTS



Durée de la formation :

3 années / 3 356 heures

1^{ère} année : 1 047 heures dont 662 en formation

2^{ème} année : 1 222 heures dont 627 en formation

3^{ème} année : 1 087 heures dont 387 en formation



Coût de la formation :

Frais de scolarité : 6 150 €/an

Option 1 - règlement en 1 versement : 6 150 €

Option 2 - règlement en 3 versements : 6 250 €

Option 3 - règlement en 6 versements : 6 450 €

Frais annexes

Cotisation BDE : 60 €

Abonnement ressources pédagogiques : 60 €/an

Examen TOEIC (3^{ème} année) : 60 €

Examen ELYTE (3^{ème} année) : 100 €



Prochaines sessions de formation :

1^{er} septembre 2025



Accessibilité handicap :

Site répondant aux conditions d'accessibilité et desservi

par un réseau de transport urbain

Pour plus d'informations, consultez notre page dédiée



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 41/46

**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

**Rythme d'enseignement**

3356 heures dont :

- 1 676 heures de formation
- 1 680 heures en entreprise (stages)

**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

RNCP41195BC01 Concevoir une stratégie Marketing – 273 heures

- Identifier les atouts et les faiblesses de l'entreprise, les segments de clientèle et la gamme de produits, définir son positionnement en mobilisant des outils de veille et des techniques de segmentation, notamment avec l'intelligence artificielle, et en réalisant des études de marché et de concurrence.,
- Analyser les segments de clientèle et la gamme de produits en utilisant des outils de veille stratégique, des techniques de segmentation, y compris l'intelligence artificielle, ainsi que des études de marché et des analyses de concurrence, afin d'identifier le positionnement stratégique de l'entreprise et de formuler des recommandations opérationnelles pour renforcer sa compétitivité et répondre aux attentes du marché.
- Promouvoir l'offre de l'entreprise en France et à l'international, en utilisant les outils et supports de communication et de promotion adaptés au contexte (cible, objectif), en mobilisant les technologies de communication durables et adaptées, notamment pour l'accessibilité des personnes en situation de handicap aux informations, et en tenant compte des besoins du marché, des attentes des clients et des tendances actuelles pour accroître la notoriété et les ventes de l'entreprise.
- Activer les leviers web marketing, réseaux sociaux et technologies mobiles/tactiles, en utilisant des outils de marketing digital, des plateformes de gestion de contenu et des logiciels d'analyse de données, et tout en assurant le suivi des performances et le reporting des résultats, en vue d'optimiser la visibilité et l'efficacité des campagnes marketing.

RNCP41195C02 Déployer la politique commerciale de l'entreprise – 273 heures

- Élaborer un plan d'actions commerciales, en évaluant les caractéristiques et besoins de la clientèle cible, et en définissant des objectifs de vente adaptés à la segmentation du marché, dans la perspective d'atteindre les objectifs commerciaux de l'entreprise.
- Mettre en place des outils de suivi et d'évaluation des performances, en définissant des indicateurs de performance, et en utilisant des systèmes de reporting, afin d'optimiser les résultats commerciaux.
- Négocier des accords et partenariats commerciaux, en identifiant des opportunités sur les marchés nationaux et internationaux, en utilisant les techniques de négociation adaptées dans le respect des spécificités culturelles et des principes de diversité et d'inclusion, et en veillant à la conformité des aspects légaux et contractuels, afin de conclure des accords en phase avec les objectifs de l'entreprise.
- Gérer les relations clients et le suivi des contrats, en complétant des informations dans les outils de gestion de la relation client (CRM) et en appliquant des stratégies de fidélisation, et en réalisant des audits réguliers de conformité des contrats au regard des législations nationales et internationales, afin de développer un portefeuille clients national et international

RNCP41195BC03 Optimiser la performance financière d'une entreprise – 273 heures

- Exploiter les documents comptables et financiers de l'entreprise, examiner les différentes charges et produits, et mesurer le retour sur investissement des actions futures pour soutenir la prise de décision stratégique.
- Analyser la performance financière de l'entreprise, concevoir des indicateurs adaptés aux contraintes fiscales, juridiques et comptables, calculer les ratios-clés et réaliser des états prévisionnels pour optimiser en continu la performance financière.
- Mener une étude sur les coûts prévisionnels et réels, en définissant et en coordonnant une procédure de collecte de données, en analysant le fonctionnement de l'entreprise en termes de métiers, tâches, centres d'analyse, et en proposant le système de calcul des coûts le plus pertinent pour l'entreprise, afin de soutenir les décisions financières optimisant la gestion des coûts.
- Gérer le budget de son entité, en suivant son application et en analysant les écarts, en utilisant des outils de reporting et d'analyse financière, et en élaborant des rapports de performance financière comprenant des préconisations pour la mise en œuvre d'actions correctives, afin d'assurer le contrôle financier et le maintien efficace de l'allocation des ressources.

RNCP41195BC04 Piloter un projet de développement d'une offre – 273 heures

- Organiser les étapes du projet : l'avant-projet, la définition, le pilotage et la capitalisation en intégrant des pratiques responsables et durables pour minimiser son impact
- Coordonner les activités de l'équipe projet autour de ses objectifs stratégiques, en identifiant les besoins en compétences nécessaires à la réalisation du projet, en les adaptant aux parties prenantes en situation de handicap ; En établissant des critères d'évaluation de la performance, en élaborant des plans d'action tenant compte des spécificités locales, tout en mettant en place des méthodes de travail collaboratif favorisant l'engagement et la responsabilité sociétale, pour garantir une efficacité opérationnelle.
- Accompagner les parties prenantes dans la réalisation du projet, en utilisant des outils de gestion de projet intégrant l'analyse des risques dont les risques environnementaux et en utilisant des outils collaboratifs en présentiel et à distance, pour renforcer l'engagement au sein de l'équipe, en employant des méthodologies de suivi et en ajustant les stratégies en temps réel, pour favoriser une culture de la performance et de l'innovation.
- Communiquer activement en interne et en externe sur les avancées et les impacts sociétaux du projet, en adaptant le message aux différents publics, en développant et entretenant un réseau professionnel, pour accroître sa visibilité et susciter l'engagement.

★★★ Modalités d'évaluation :

Les modalités du contrôle permettent de vérifier l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances, compétences et blocs de compétences constitutifs du diplôme. Ces éléments sont appréciés par un contrôle continu et régulier et par un examen terminal. Concernant l'évaluation des blocs de compétences, l'EGC met en œuvre les modalités adhoc : rendu de travaux, mise en situation, évaluation de projet, etc. Ces modalités d'évaluation peuvent être adaptées en fonction du chemin d'accès à la certification : formation initiale, VAE, formation continue.

Chaque ensemble d'enseignements a une valeur définie en **crédits européens (ECTS)**.

Bloc 1

- **Etude de cas** : sur la base de la présentation d'une entreprise sur son marché, son historique, ses données financières, sa structure, sa stratégie actuelle et ses produits et/ou services, le candidat réalise :
 - une synthèse du diagnostic marketing comprenant ainsi qu'une analyse concurrentielle et de positionnement
 - une proposition de stratégie marketing incluant ses orientations stratégiques, sa segmentation, son ciblage, son positionnement et sa mise en œuvre opérationnelle

Bloc 2

- **Etude de cas** : sur la base de la présentation d'une entreprise, le candidat rédige un dossier dans lequel il présente l'entreprise et son historique, son positionnement, son organisation commerciale, son portefeuille clients/produits, sa stratégie de développement et le contexte du marché.
Il indique des préconisations concernant la stratégie de développement à mettre en œuvre en conséquence.
- **Oral de négociation** : à partir d'une proposition commerciale qu'il reçoit une semaine avant l'épreuve, le candidat doit mener une négociation commerciale, dans un contexte francophone ou international, en qualité d'acheteur ou de vendeur.
- **Test de niveau en anglais** : le candidat réalise un test de niveau lui permettant d'évaluer son niveau de compréhension et d'expression, écrite et orale, sur la grille d'équivalence du CECRL.

Bloc 3

- **Etude de cas** : sur la base de documents fournis sur une entreprise dont des données comptables et financière, le candidat commente la situation financière d'une entreprise.
 - Il calcule le coût réel d'un produit ou commente la rentabilité d'une gamme de produit.
 - Il réalise une analyse budgétaire en élaborant une note de synthèse ou en établissant un budget prévisionnel.
 - Le candidat remet un dossier écrit et restitue l'analyse financière oralement.

Bloc 4

- **Projet professionnel** : le candidat réalise et présente un projet-action réel. Il s'agit d'un projet d'entrepreneuriat qui amène le candidat à mettre en œuvre une méthodologie de projet : élaboration d'un avant-projet, d'un cahier des charges prévisionnel, conduite de la mise en œuvre d'un plan d'action commerciale et d'un plan de communication, traitement juridique et financier du projet, et rédaction d'un bilan final permettant de mesurer les acquis et les écarts qui devront être commentés sur les difficultés rencontrées et les clés de réussite.
Le candidat remet un dossier écrit de 30 pages maximum et le présente lors d'une soutenance orale.

Mémoire de fin d'études : sur la base de son entreprise d'accueil, le candidat rédige un dossier dans lequel il présente l'entreprise et son historique, son positionnement, son organisation, son portefeuille clients/produits, sa stratégie de développement et le contexte du marché. Il identifie une problématique et indique le plan d'action stratégique, incluant les préconisations à mettre en œuvre en conséquence. Le candidat remet un dossier écrit de 50 pages maximum et restitue le traitement de sa problématique oralement.

Conditions de délivrance du diplôme

Pour obtenir la certification complète, les candidats primo-apprenants doivent valider les 4 blocs de compétences, ainsi que l'obtention d'une certification de niveau B1 du CECRL : un score minimum de 650 est exigé pour le Test TOEIC Listening and Reading.

Les candidats salariés doivent valider les 4 blocs de compétences, en substituant le cas échéant les épreuves de blocs par un portefeuille de preuves à présenter à un jury, 3 à 6 mois après le parcours de formation, en se référant à leur expérience professionnelle

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 (Arrêté du 19 juin 2025 publié au BOESR n°27 du 03 juillet 2025 - NOR : MENS2518235A)
- 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+5 (Manager en Ingénierie d'Affaires, Manager Marketing Digital et Communication, Msc Expert Financier spécialisation Contrôle de gestion, Master Monnaie banque Finance Assurance, MSc International Tourism and Destination Management...)

Equivalences/Passerelles :

Aucune

Emplois visés :

Pour 81% des derniers diplômés de l'EGC Martinique en 2024, entrés dans la vie active ou en alternance dans le cadre d'une poursuite d'études, on observe une majorité d'entreprises locales et nationales. Après un parcours académique complémentaire à l'issue de leur diplomation, (en local ou au national), 60% des diplômés sont en activité professionnelle sur le territoire confirmant ainsi le fort ancrage territorial de l'EGC Martinique.

Les secteurs d'activités concernés sont variés : banque-assurances, agro-alimentaire, industrie (mécanique, énergie) ou encore logistique, services aux entreprises, entreprises commerciales et de grande distribution.

Les diplômés ont intégré 42% des grands groupes à dimension nationale et internationale, et 58% des PME, PMI et TPE locales.

Type d'emplois accessibles :

- Commercial B to B, B to B to C et B to C
- Manager d'équipe
- Chargé d'affaires export
- Chargé de communication
- Responsable marketing
- Responsable marketing digital
- Créateur d'entreprise
- Auditeur financier
- Assistant / contrôleur de gestion
- Chargé de recrutement
- Assistant RH
- Chef d'équipe Logistique



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, forums, conférences...)
- 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 2024-2025 (Martinique) :

Taux d'obtention de la certification : 77%

Taux d'interruption en cours de formation : 2%

Taux de satisfaction : 81%

Taux de poursuite d'études : 85% des sortants 2024

Taux d'insertion professionnelle : 8% des sortants 2024

Valeur ajoutée : 100%