



**CENTRE DE FORMATION
SAINT-MARC**
Enseignement supérieur

En partenariat avec

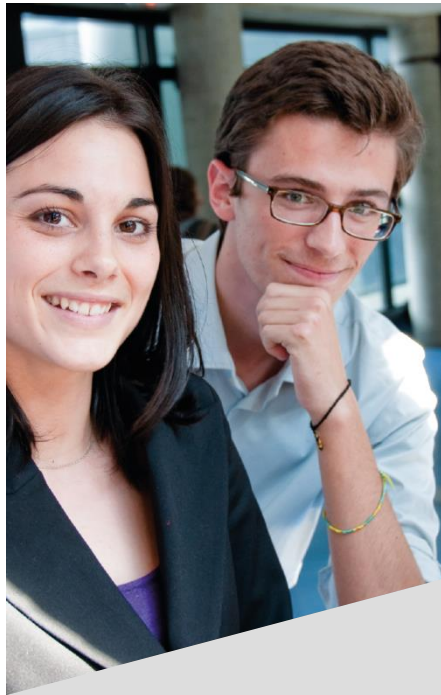


**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
TECHNOLOGY & INNOVATION

RESPONSABLE OPÉRATIONNEL D'UNITÉ

FONCTION MARKETING DIGITAL ET COMMUNICATION

Titre de niveau II certifié par l'Etat
délivré par Grenoble Ecole de Management



VOUS AVEZ UN BAC+2 TECHNIQUE OU COMMERCIAL ?

Vous souhaitez acquérir les compétences managériales qui vous permettront d'évoluer rapidement vers un poste de cadre intermédiaire ?

Le centre de formation Saint-Marc et Grenoble Ecole de Management vous proposent une 3^{ème} année en alternance qui vous prépare aux métiers du marketing digital

OBJECTIFS

- Intégrer le monde de l'entreprise avec une culture numérique
- Comprendre les enjeux de développement du commerce connecté
- Développer ses compétences managériales
- Permettre aux profils techniques d'obtenir une double compétence de niveau Bac+3

ORGANISATION DES ÉTUDES

- Formation d'un an, de septembre à juillet
- 16 semaines de cours sur l'année de formation (semaine de cours-type de 35 heures)
- Cours théoriques, travaux dirigés, animés par des enseignants et des professionnels
- Période d'essai : 1 mois en contrat de professionnalisation
- Horaires / congés payés : selon les dispositions législatives, réglementaires ou les conventions de branche

ADMISSION

- Être titulaire d'un Bac+2
- Sélection : sur dossier, tests écrits et entretien de motivation

STATUT

- Alternance : en contrat de professionnalisation
- Initial : statut étudiant avec stage obligatoire

COMPÉTENCES VISÉES

Savoir décliner la stratégie e-marketing et multicanal de son entreprise et assurer le suivi opérationnel des projets

Développer des aptitudes professionnelles d'analyse et de synthèse afin d'interpréter les différents aspects du plan marketing

VALIDATION DE LA FORMATION

Contrôle continu tout au long de l'année, avec 3 temps forts :

1. Jeu d'entreprise
2. Oral de spécialisation
3. Projet de fin d'études, mémoire et soutenance

POUR QUELLES FONCTIONS ?

- Responsable de la stratégie digitale
- Responsable marketing opérationnel
- Responsable marketing relationnel et CRM
- Traffic manager
- Chef de produit web/mobile
- Responsable de la marque en ligne
- Responsable contenu numérique

RENTRÉE

3 septembre 2018

DURÉE

1 an

FORMAT PÉDAGOGIQUE

Alternance 16 semaines de cours sur l'année (35h / semaine), 1 semaine en centre de formation, 2 semaines en entreprise

LIEU DE FORMATION

Centre de formation Saint-Marc
4 Rue Sainte-Hélène
69002 LYON

CONTACT

Anne CHAMBON
Responsable pédagogique
04 78 38 73 30
ifcsm@centresaintmarc.fr

www.saintmarcformation.org

VALIDATION

Les compétences acquises dans le cadre de ce programme permettent d'obtenir le Titre de Niveau II « Responsable Opérationnel d'Unité » enregistré au Répertoire des Certifications Professionnelles (RNCP). Formation homologuée par l'Etat, selon l'arrêté publié au Journal Officiel de la République du 29 novembre 2013 et également accessible en V.A.E. (Validation des Acquis de l'Expérience).

RYTHME ET DYNAMIQUE PÉDAGOGIQUE

COMPÉTENCES TRANSVERSALES 295 H

Outils bureautiques - Communication visuelle
Développement et communication personnelle
Management d'équipe
Droit
Gestion des ressources humaines
Anglais
Communication digitale
Analyse financière
Gestion budgétaire
Marketing stratégique
Stratégie de communication
Veille économique et sociétale
Techniques de négociation
Organisation commerciale
Conduire une équipe projet
Jeu d'entreprise : Business Game
Coaching

MODULES MÉTIER 240 H

Marketing opérationnel et stratégique
E-marketing / E-business, réseaux sociaux et droit de la communication
Communication externe
Elaboration d'un cahier des charges
PAO (Photoshop, Illustrator) et web (Dreamweaver)
Initiation prise de vue et analyse photo, audiovisuel et montage vidéo
Design et approche créative

TOTAL 535 H

LES COMPOSANTES DE LA CERTIFICATION

Le Responsable Opérationnel d'Unité exerce 5 activités principales quel que soit le secteur d'activité dans lequel il intervient :

1. Savoir prendre en compte le contexte de l'entreprise, sa stratégie, son offre et son marché. Savoir analyser le positionnement de son unité
2. Savoir définir des objectifs opérationnels et déterminer un plan d'actions avec des moyens associés
3. Savoir mettre en œuvre des projets ou des actions se rapportant au plan d'actions. Choisir et mobiliser différentes ressources internes ou externes afin de réaliser ces projets
4. Savoir établir le budget prévisionnel et la rentabilité qui s'y rattache (investissement, coût, rentabilité, analyse des écarts)
5. Animer une équipe, mettre en œuvre au sein de son unité des actions de conduite de changements de l'organisation

LA FORCE D'UN RÉSEAU

Ce programme a été créé en 2006 dans le cadre de l'IFC Sillon Alpin qui associe à ce jour 6 Chambres de Commerce et d'Industrie (Portes de Normandie, Amiens Picardie, Grenoble, Drôme, Saône et Loire, Ain) rejointes par des centres de formation associés.

GEM délivre le titre, les centres partenaires du réseau dispensent la formation.

