



L'école  
plus  
**BUSINESS**  
que  
**SCHOOL**

Catalogue de programmes 2023 / 2024





“WHEN  
WRITING THE  
STORY OF  
YOUR LIFE,  
DON'T LET  
ANYONE ELSE  
HOLD  
THE PEN.”

DRAKE

\* Quand tu écris l'histoire de ta vie, ne laisse personne d'autre tenir le stylo.

## BAC +5

### MANAGEUR·SE DE COMMERCE ET DE CENTRE DE PROFIT

Définissez la meilleure stratégie d'entreprise. Déployez les différents plans d'action pour guider l'ensemble de vos équipes dans la transformation de l'entreprise. Votre objectif : diriger, créer ou reprendre une entreprise pour ensuite manager sa performance à court, moyen et long terme. Vos capacités de créativité et d'innovation sont vos atouts. Toutes les fonctions de l'entreprises vous intéressent et vous êtes un·e dirigeant·e dans l'âme.

### Métiers visés

- Directeur·rice, responsable de réseau, d'agence ou de business unit.
- Manageur·se retail et expérience clientèle.
- Manageur·se du commerce.
- Manageur·se e-commerce.
- Manageur·se opérationnel·le d'entité commerciale.
- Manageur·se animateur·rice de franchise, de la performance magasin.
- Directeur·rice de commerce magasin.
- Manageur·se de centre-ville.
- Directeur·rice adjoint·e.
- Chef·fe de projet / animateur·rice de réseau.
- Consultant·e, développeur·se commercial·e / animation des ventes.

### OBJECTIFS

Le Manageur ou la Manageuse de Commerce et de Centre de profit (MCCP) doit prendre les initiatives adaptées à la conquête de parts de marché dans sa zone commerciale, pour conforter et développer l'image et l'impact de l'unité commerciale auprès de la clientèle et des prospects.

Il ou elle manage ses équipes, source, recrute, intègre, forme, mobilise, évalue, développe en maintenant un climat social propice à l'essor commercial et marketing de l'entité. Il ou elle pérennise l'exploitation, suit et analyse la performance (CA, EBIT, Cash-flow, Satisfaction Clientèle), met en place les actions adéquates afin d'assurer le développement et l'optimisation des ressources confiées. Il ou elle gère les dimensions juridique, assurancielle, immobilière et réglementaire relatives à la structure, et la mise en œuvre des dispositions légales. Spécialiste de l'organisation transversale, elle ou il gère à la fois les aspects managériaux, financiers, administratifs et commerciaux, en cohérence avec la politique et la stratégie générale de l'entreprise. Il ou elle incarne sa stratégie globale et représente l'enseigne auprès de l'ensemble des instances locales, intégrant la RSE et l'inclusion dans ses pratiques et les incarnant dans son discours commercial.

### LES + DE LA FORMATION

- Diplôme **reconnu par l'État**.
- **Formation en alternance** sur 24 mois.
- Enseignement **pluridisciplinaire**.

# Modalités de la formation



**Durée :**  
24 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en formation,  
4 jours en entreprise.  
Quelques périodes de regroupement.



**Lieu :**  
Le Port.



**Reentrée :**  
septembre  
Inscription jusqu'à 15 jours avant la date de rentrée.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

### DEFINIR LA STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING D'UNE ENTITÉ COMMERCIALE

- Identification des besoins et analyse stratégique.
- Proposition d'une démarche stratégique commerciale et marketing.
- Définition du plan d'action stratégique commercial.
- Élaboration d'un plan marketing.

### PILOTER LA STRATÉGIE ET LA PERFORMANCE GLOBALE D'UNE ENTITÉ COMMERCIALE

- Définition des objectifs et des indicateurs-clés.
- Animation du plan d'action auprès des parties prenantes.
- Analyse de la rentabilité et de la performance du centre de profit.
- Évaluation des risques et des actions de prévention.
- Prise en compte des risques techniques liés au site et à l'exploitation.

### MANAGER LES RESSOURCES HUMAINES DE L'ENTITÉ COMMERCIALE

- Mise en œuvre du recrutement de son équipe.
- Application du droit social et droit du travail au sein du centre de profit.
- Développement de la performance des collaborateurs.
- Prévention des litiges et contentieux dans le centre de profit.
- Contrôler le développement commercial et financier de l'entreprise.

### CONDUIRE ET ENCADRER DES PROJETS AU SEIN D'UNE ENTITÉ ET/OU D'UN ESPACE COMMERCIAL

- Définition du périmètre d'un projet au sein d'une entité et d'un espace commercial.
- Organisation et planification d'un projet de développement de l'entité commerciale (modernisation, digitalisation, revitalisation...).
- Gestion des contrats et des baux dans les projets au sein d'une entité commerciale.
- Gestion d'un plan de communication des projets d'un commerce, entité ou centre de profit.
- Développement des attitudes et postures projet.

### MANAGER ET PILOTER UNE ORGANISATION EFFICIENTE

- Mise en œuvre des bonnes pratiques et outils collaboratifs et managériaux.
- Management au quotidien de la performance de son équipe.
- Développement de son efficacité managériale.
- Pilotage des objectifs commerciaux, économiques, écologiques et sociaux (esg) de l'entité commerciale.

### MANAGER LA TRANSFORMATION ET LA REVITALISATION DES POLARITÉS COMMERCIALES (OPTIONNEL)

- Élaborer la stratégie de développement et de revitalisation de l'activité commerciale et artisanale d'un centre-ville (polarité commerciale/ centre-ville).
- Coordonner les outils et dispositifs de développement et de revitalisation.
- Organiser et manager les structures multi-partenariales au service du développement du centre-ville/polarités commerciales.
- Animer le centre-ville pour augmenter son attractivité commerciale.

### MANAGER DES COMMERCE EN RÉSEAU ET EN FRANCHISE (OPTIONNEL)

- Élaborer une politique réseau ou franchise en intégrant une approche transformationnelle digitale et écologique.
- Coordonner les moyens et dispositifs de développement du réseau.
- Superviser et animer un réseau dans le respect du concept, de la stratégie et de la déontologie.
- Préparation, exécution et réalisation du budget dans le respect de la politique du groupe et des orientations données.

## ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Évaluations en cours de formation et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



## Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +3 pour intégrer la première année ou d'un BAC +4 pour intégrer directement la deuxième année. Ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

**BAC +5**

**MANAGEUR·SE OPÉRATIONNEL·LE  
D'ACTIVITÉS**

## Métiers visés

- Manager-se de centre de profit.
- Directeur-riche de business unit.
- Directeur-riche d'agence.
- Entrepreneur-se.
- Chef-fe de projet, manager-se de projet.
- Chef-fe de secteur.
- Directeur-riche régionale.



Faire carrière dans le déploiement de la stratégie globale de l'entreprise.

### OBJECTIFS

Les manager-ses opérationnel-les d'aujourd'hui pilotent et encadrent leur service / département / pôle afin d'assurer la performance et la qualité des activités, tout en respectant la stratégie et la politique de l'entreprise. Ainsi, elles et ils ont pour mission de traduire et transmettre les décisions stratégiques prises par le top management pour contrôler l'activité et motiver les équipes afin d'optimiser l'organisation du travail, tout en développant les compétences.

**La formation « Manager-se opérationnel-le d'activités » prépare les étudiant-es à :**

- Piloter les activités de l'unité opérationnelle.
- Piloter la transformation digitale.
- Gérer la veille, la prospective et les relations publiques.
- Manager les ressources humaines et les organisations.

### LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
  - Formation en alternance sur **24 mois.**
  - Enseignement **pluridisciplinaire.**
-

# Modalités de la formation



**Durée :**  
24 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en formation,  
4 jours en entreprise.  
Quelques périodes de regroupement.



**Lieux :**  
Saint-Denis, Le Port,  
Saint-Pierre.



**Reentrée :**  
octobre

Inscription jusqu'à 15 jours avant la date de rentrée.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

### STRATÉGIE GLOBALE DE L'ENTREPRISE

- Gouvernance et stratégie d'entreprise.
- Gestion d'entreprise.
- Plan d'actions stratégiques.
- Système de management intégré et RSE.
- Stratégie de communication.

### PILOTAGE DES ACTIVITÉS DE L'UNITÉ OPÉRATIONNELLE

- Management de projet.
- Stratégie commerciale.
- Pilotage de la performance.
- Management d'unité opérationnelle.
- Management financier.
- Développement d'affaires.

### PILOTAGE DE LA TRANSFORMATION DIGITALE

- Culture et stratégie digitale.
- Transformation digitale.
- E-CRM.
- Management de la DSI.
- Droit du numérique.
- Projet création WEB.

### VEILLE, PROSPECTIVE ET RELATIONS PUBLIQUES

- Business Intelligence.
- Stratégie de croissance.
- BUSINESS PLAN.
- Droit des contrats commerciaux.
- Gestion des partenariats.
- Intelligence économique et prospective.
- Knowledge management.
- Marketing de l'innovation.

### MANAGEMENT DES HOMMES ET DES ORGANISATIONS

- Droit social et du travail.
- Recrutement et stratégie d'entreprise.
- Management des relations sociales et QVT.
- Management et leadership.
- Gestion des hommes et des carrières.
- Digital management.
- Gestion de l'adversité.

## COMPÉTENCES TRANSVERSALES

- Mémoires : rapport de compétence et mémoire professionnel.
- Projet professionnel : création d'entreprise.
- Anglais.
- BUSINESS GAME.

## ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Évaluations en cours de formation et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



## Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +3 pour intégrer la première année ou d'un BAC +4 pour intégrer directement la deuxième année. Ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

## BAC +3 RESPONSABLE D'ACTIVITÉ

Titulaire du Bachelor Responsable d'Activité, vous pilotez une activité et managez un groupe projet dans toutes ses fonctions (marketing, commerciale, budgétaire, RH). Vous aimez travailler en équipe et vous avez l'âme d'une chef-fe d'orchestre. Vous avez l'esprit d'entreprise et d'innovation. Vous souhaitez développer vos compétences managériales.

### OBJECTIFS

Contribuer à l'accroissement de l'activité de l'entreprise par vos actions de gestion, de management des équipes d'une ou parfois plusieurs unités opérationnelles.

Être garante du bon fonctionnement de l'unité, tant sur l'aspect logistique que l'aspect budgétaire et administratif. Diriger, créer ou reprendre une entreprise pour ensuite manager sa performance à court, moyen et long terme.

### LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.
- Un enseignement **pluridisciplinaire.**



## Métiers visés

- Responsable des ventes.
- Chargé-e de webmarketing.
- Chef-fe de secteur des ventes.
- Manageur-se commercial-e.
- Attaché-e commercial-e.
- Chargé-e d'affaires marketing.

# Modalités de la formation



**Durée :**  
12 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en formation,  
4 jours en entreprise.  
Quelques périodes de regroupement.



**Lieux :**  
Saint-Denis, Le Port,  
Saint-Pierre.



**Rentrée :**  
septembre  
Inscription jusqu'à 15 jours avant  
la date de rentrée.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

### PRÉPARER DES PLANS DE DÉVELOPPEMENT

- Comprendre et décliner des orientations stratégiques.
- Déployer une stratégie multicanale et e-business.
- Cartographier un parcours clientèle.
- Préparer un plan marketing.
- Préparation dossier certifiant fil rouge.

### ORGANISER DES ACTIONS COMMERCIALES ET DE MARKETING OPÉRATIONNEL POUR ANIMER LES MARCHÉS

- Animer le plan d'action marketing et commercial.
- Comprendre les enjeux du marketing relationnel.
- Négocier et gérer son portefeuille clientèle.
- Prendre en compte les fonctions achats et logistique.
- Optimiser la distribution et le merchandising.
- Préparation dossier certifiant fil rouge.

### GÉRER LES ÉLÉMENTS BUDGÉTAIRES ET FINANCIERS DES MARCHÉS

- Connaître les principes de la comptabilité d'entreprise.
- Réaliser des tableaux de bord.
- Maîtriser les principaux mécanismes du contrôle de gestion.
- Préparation dossier certifiant fil rouge.

### ORGANISER LA VEILLE SUR LES MARCHÉS ET LA CONCURRENCE

- Assurer une veille concurrentielle.
- Connaître son marché par des études qualitatives et quantitatives.
- Comprendre l'économie numérique et collaborative.
- Préparation dossier certifiant fil rouge.

### ANIMER SON ÉQUIPE

- Organiser et animer le travail de son équipe à distance et en présentiel.
- Gérer la diversité et l'interculturel.
- Utiliser les principes de la conduite de projet.
- Le droit de la personne dans le monde professionnel.
- Préparation dossier certifiant fil rouge.

## ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



## Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +2 (ou 120 ECTS)  
ou faire preuve d'une expérience  
professionnelle significative (avis de  
la commission pédagogique requis).

## BAC +3

### RESPONSABLE BUSINESS ET MARKETING

#### Métiers visés

- Responsable commercial·e et marketing.
- Responsable commercial·e / ou de service commercial.
- Ingénieur·euse commerciale.
- Responsable marketing ou responsable marketing opérationnel.
- Marketing manager·se.
- Responsable / Chef·fe de projet commercial et/ou marketing.
- Responsable du développement commercial et/ou marketing.
- Responsable commercial·e Grands Comptes, Key Account Manager·se.
- Responsable ou chef·fe de secteur.
- Responsable des ventes / Responsable administration des ventes.

#### OBJECTIFS

Le ou la responsable business et marketing assure principalement les activités suivantes :

- Mettre en œuvre et piloter la politique commerciale et marketing de l'entreprise conformément aux orientations stratégiques, aux objectifs de rentabilité à atteindre et aux budgets définis par la direction générale.
- Déployer une stratégie de gestion et de fidélisation de la relation clientèle afin de rentabiliser les engagements de dépenses (en acquisition, en conversion) et assurer une base de business stable à moyen terme.
- Gérer et optimiser la gestion financière et juridique des activités commerciales et marketing de l'entreprise afin de suivre et d'améliorer la marge commerciale.
- Détecter, développer et superviser les projets d'affaires à entreprendre, dans l'optique d'accroître le volume des ventes auprès de la clientèle dans le respect des choix établis par la direction commerciale et/ou marketing de l'entreprise.
- Manager et animer les équipes commerciales et/ou marketing dans un esprit de performance économique et sociale.

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.

# Modalités de la formation



**Durée :**  
12 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en  
formation,  
4 jours en entreprise.  
Quelques périodes de  
regroupement.



**Lieux :**  
Saint-Denis, Le Port,  
Saint-Pierre.



**Retrécie :**  
septembre  
Inscription jusqu'à 15 jours avant  
la date de rentrée.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

### MISE EN ŒUVRE ET PILOTAGE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE ET MARKETING

- Études et recherches marketing.
- Marketing fondamental.
- Stratégie omnicanale.
- Analyse des données commerciales / indicateurs commerciaux.
- Techniques de négociation commerciale.
- Politique innovation produits et services.
- Système information / ERP.
- Relations externes entreprise - image de marque.

### GESTION ET FIDÉLISATION DE LA RELATION CLIENTÈLE

- Management relation clientèle / culture clientèle.
- Profil clientèle / satisfaction et fidélisation clientèle / politique qualité.
- Marketing digital / fidélisation digitale.
- Gestion des contrats de vente / administration des ventes.

### MANAGEMENT OPÉRATIONNEL

- Gestion des stocks.
- Merchandising.
- Veille stratégique et nouveaux produits.
- Expérience clientèle RETAILUX.
- Médiation en entreprise / Manager la diversité et l'inclusion.
- Management hybride et à distance (management d'une équipe dispersée...).

### GESTION FINANCIÈRE ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

- Diagnostic activité commerciale / budgets et tableaux de bord commerciaux / business plan / risque clientèle.
- Cadre juridique des opérations commerciales et marketing.

### DÉTECTER ET DÉVELOPPER DES PROJETS D'AFFAIRES

- Projet de développement commercial et marketing / mémoire.
- Veille marketing et diagnostic.
- Stratégie ciblage / plan d'action commerciale.
- Politique partenariale / réseaux / développement projet.
- Appels d'offres - méthodologie et cadre juridique.
- Business English / English négociation.

### MANAGER ET ANIMER DES ÉQUIPES COMMERCIALES ET/OU MARKETING

- Management d'équipes commerciales.
- Introduction GRH (Gestion des Ressources Humaines) opérationnelle - recrutement.

## ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



## Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +2 (ou 120 ECTS) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

# BAC +3

## RESPONSABLE BUSINESS ET MARKETING

### OBJECTIFS

Le ou la responsable commerciale et marketing digital assure principalement les activités suivantes :

- Mettre en pratique et diriger la politique commerciale et marketing digital de l'entreprise, en alignement avec les orientations stratégiques digitales et e-réputation les objectifs de rentabilité et les budgets établis par la direction générale.
- Développer la culture digitale et la fidélisation de la clientèle pour maximiser le rendement des investissements (acquisition, conversion) et garantir une base commerciale stable à moyen terme.
- Gérer et optimiser la gestion des activités commerciales et marketing digital de l'entreprise pour suivre et améliorer la marge commerciale.
- Identifier, développer et superviser les projets d'affaires visant à améliorer le SEO en respectant les décisions prises par la direction commerciale et/ou marketing de l'entreprise.
- Encadrer et dynamiser les équipes commerciales et/ou marketing (*community management, traffic management*) en favorisant la performance économique et sociale.

### LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.

### Métiers visés

- Responsable commerciale et marketing digital.
- Responsable commerciale / ou de service commercial.
- Responsable marketing ou responsable marketing digital.
- Chef-fe de produit digital.
- Responsable du développement commercial et/ou marketing digital.
- Responsable e-commerce et marketing digital.
- Traffic manager-se.

# Modalités de la formation



**Durée :**  
12 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en  
formation,  
4 jours en entreprise.  
Quelques périodes de  
regroupement.



**Lieux :**  
Saint-Denis, Le Port,  
Saint-Pierre.



**Retrécie :**  
septembre  
Inscription jusqu'à 15 jours avant  
la date de rentrée.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

### MISE EN ŒUVRE ET PILOTAGE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE ET MARKETING

- Études et recherches marketing.
- Marketing fondamental.
- Stratégie omnicanale.
- Analyse des données commerciales / indicateurs commerciaux.
- Techniques de négociation commerciale.
- Politique innovation produits et services.
- Système information / ERP.
- Relations externes entreprise - image de marque.

### GESTION ET FIDÉLISATION DE LA RELATION CLIENTÈLE

- Management relation clientèle / culture clientèle.
- Profil clientèle / satisfaction et fidélisation clientèle / politique qualité.
- Marketing digital / fidélisation digitale.
- Gestion des contrats de vente / administration des ventes.

### PERFORMANCE ET STRATÉGIE EN MARKETING DIGITAL

- Stratégie digitale et e-réputation.
- Culture digitale.
- Community management.
- SEO (search engine optimization) : optimisation pour les moteurs de recherche.
- Traffic management : analyse statistique du comportement des internautes.
- Métier des influenceur-ses

### GESTION FINANCIÈRE ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

- Diagnostic activité commerciale / budgets et tableaux de bord commerciaux / business plan / risque clientèle.
- Cadre juridique des opérations commerciales et marketing.

### DÉTECTER ET DÉVELOPPER DES PROJETS D'AFFAIRES

- Projet de développement commercial et marketing / mémoire.
- Veille marketing et diagnostic.
- Stratégie ciblage / plan d'action commerciale.
- Politique partenariale / réseaux / développement projet.
- Appels d'offres - méthodologie et cadre juridique.
- Business English / English négociation.

### MANAGER ET ANIMER DES ÉQUIPES COMMERCIALES ET/OU MARKETING

- Management d'équipes commerciales.
- Introduction GRH (Gestion des Ressources Humaines) opérationnelle - recrutement.

## ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



## Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +2 (ou 120 ECTS) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

## BAC +3

### LICENCE MANAGEMENT DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

Diplôme universitaire préparant aux injonctions  
de management et de gestion.



## Métiers visés

- Chef-fe des ventes / de secteur.
- Responsable point de vente.
- Délégué-e commercial-e sédentaire.
- Responsable administratif-ve.
- Animateur-ric commercial-e.

## OBJECTIFS

La Licence « Management des activités commerciales » a pour vocation de former des collaborateurs et collaboratrices immédiatement opérationnel·les, capables d'évoluer vers des fonctions de management et de gestion.

**La formation prépare les étudiant-es à :**

- Acquérir une première expérience d'organisation et de gestion d'une entreprise ou d'un centre de profit.
- Savoir analyser une entreprise et son environnement socio-économique, juridique et technologique.
- Être capable d'analyser la situation organisationnelle, commerciale et financière d'une entreprise ou d'un centre de profit.
- Être capable d'animer, de motiver, de former et de diriger une équipe.
- Savoir communiquer en utilisant en particulier les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

## LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme universitaire reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.
- En partenariat avec l'Université Bretagne Sud, **1<sup>er</sup> université de France pour l'insertion professionnelle.**
- Mise en place d'un projet en grandeur réelle.

# Modalités de la formation



**Durée :**  
12 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en formation,  
4 jours en entreprise.  
Quelques périodes de regroupement.



**Lieux :**  
Saint-Denis,  
Saint-Pierre.



**Rentrée :**  
septembre  
Inscription jusqu'à 15 jours avant  
la date de rentrée.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

Travaux dirigés, études de cas & mises en situation.

### GESTION

- Environnement juridique social & commercial.
- Stratégie d'entreprise.
- Comptabilité & contrôle de gestion.
- Gestion informatisée & e-commerce.
- Management & conduite de projets commerciaux.
- Gestion de la qualité.

### COMMERCE

- Marketing opérationnel.
- Communication commerciale.
- Gestion de la clientèle.
- Négociation commerciale achat vente.
- Anglais commercial.

### MANAGEMENT

- Gestion des ressources humaines.
- Stratégies commerciales.
- Organisation & efficacité commerciales.
- Management de la force de vente.
- Communication interpersonnelle.

### PROJET TUTORÉ

Préparation & accompagnement au projet.

### MÉMOIRE

Préparation & accompagnement au mémoire.

## ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



## Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC + 2 ou 120 ECTS : L2 (AES, droit, gestion, économie), BTS NDRC, BTS MCO, BTS Commerce international...

# BAC +3

## RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

Faites la différence en vous spécialisant **en vente et négociation**.  
Une formation qui prépare au métier de négociateur·rice B to B.

### OBJECTIFS

Le métier de Responsable du Développement des Affaires est un métier en tension. Selon les DCF (Dirigeants Commerciaux de France), il manque 200 000 commerciales et commerciaux en France. En période de crise économique, la fonction est cruciale pour assurer la survie des entreprises. En période de croissance elle l'est tout autant pour répondre aux besoins des entreprises et accompagner cette croissance.

Le BAC + 3 « Responsable du développement des affaires » permet d'acquérir l'ensemble des compétences pour mener en autonomie des négociations complexes auprès d'une clientèle professionnelle.

### LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- Formation en **alternance sur 12 mois.**
- **10e au classement eduniversal.**

### Métiers visés

- Ingénieur·e commercial·e.
- Technico-commercial·e.
- Responsable grands comptes.
- Responsable commercial·e.
- Chargé·e d'affaires.



# Modalités de la formation



**Durée :**  
12 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en formation,  
4 jours en entreprise.  
Quelques périodes de regroupement.



**Lieu :**  
Le Port.



**Rentrée :**  
septembre  
Inscription jusqu'à 15 jours avant la date de rentrée.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

Travaux dirigés, études de cas & mises en situation.

### EFFICACITÉ COMMERCIALE

- Techniques de négociation.
- Négociation complexe & raisonnée.
- Négociation grands comptes.
- Propositions commerciales.
- Techniques d'achat.
- Téléphone commercial.
- Marketing direct.
- E-marketing.
- Organisation commerciale.

### ÉCONOMIE & MANAGEMENT COMMERCIAL

- Marketing stratégique.
- Management stratégique d'entreprise.
- Gestion & finance.
- Droit des affaires.
- Management commercial.
- Commerce international.
- Informatique bureautique.
- Anglais.

### COMPÉTENCES TRANSVERSALES

- Savoir-être professionnel.
- Constitution & dynamique de groupes.
- Communication orale & écrite.
- Géopolitique.
- Techniques de scène & savoir « pitcher ».
- Responsabilité sociétale & environnementale des entreprises (RSE).

## ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



## Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC + 2 ou 120 ECTS : L2 (AES, droit, gestion, économie), BTS NRC, BTS MUC, BTS Commerce international...

## BAC +3

### RESPONSABLE COMMERCIAL·E ET MARKETING AUTOMOBILE

## Métiers visés

- Responsable commercial·e et marketing automobile.
- Responsable commercial·e / ou de service commercial secteur automobile.
- Ingénieur·se commerciale en automobile.
- Responsable marketing ou responsable marketing automobile.
- Chef·fe de produit automobile.
- Responsable / Chef·fe de projet commercial et/ou marketing automobile.
- Responsable du développement commercial et/ou marketing automobile.
- Responsable commercial·e Grands Comptes, Key Account Manager·se.
- Responsable ou chef·fe de secteur automobile.
- Responsable des ventes / Responsable administration des ventes.
- Responsable de la relation clientèle / Manager·se de la relation clientèle / Responsable Clientèle.
- Conseiller·ère clientèle secteur automobile.

## OBJECTIFS

Le ou la responsable commercial·e et marketing automobile assure principalement les activités suivantes :

- Mettre en pratique et diriger la politique commerciale et marketing de l'entreprise du secteur automobile, en accord avec les orientations stratégiques, les objectifs de rentabilité et les budgets définis par la direction générale.
- Déployer une stratégie de gestion et de fidélisation de la clientèle afin de maximiser les dépenses engagées (acquisition et conversion) et stimuler les ventes de véhicules.
- Gérer et optimiser la gestion financière et juridique des activités commerciales et marketing automobile de l'entreprise pour suivre et améliorer la marge commerciale.
- Identifier, développer et superviser les projets d'affaires visant à accroître le volume des ventes automobiles auprès de la clientèle, conformément aux choix établis par la direction commerciale et/ou marketing de l'entreprise.
- Encadrer et motiver les équipes commerciales et/ou marketing du secteur automobile, en veillant à la performance économique et sociale.

## LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.

# Modalités de la formation



**Durée :**  
12 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en formation,  
4 jours en entreprise.  
Quelques périodes de regroupement.



**Lieux :**  
Saint-Denis, Le Port,  
Saint-Pierre.



**Rentrée :**  
septembre  
Inscription jusqu'à 15 jours avant la date de rentrée.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

### MISE EN ŒUVRE ET PILOTAGE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE ET MARKETING

- Études et recherches marketing.
- Marketing fondamental.
- Stratégie omnicanale.
- Analyse des données commerciales / indicateurs commerciaux.
- Techniques de négociation commerciale.
- Politique innovation produits et services.
- Système information / ERP.
- Relations externes entreprise - image de marque.

### GESTION ET FIDÉLISATION DE LA RELATION CLIENTÈLE

- Management relation clientèle / culture clientèle.
- Profil clientèle / satisfaction et fidélisation clientèle / politique qualité.
- Marketing digital / fidélisation digitale.
- Gestion des contrats de vente / administration des ventes.

### VENTE ET MARKETING AUTOMOBILE

- Prospection clientèle par téléphone.
- Prospection clientèle professionnelle sur le terrain.
- Plans d'actions de prospection et de fidélisation pour développer les ventes de véhicules.
- Compréhension de la chaîne des acteurs de la distribution automobile.
- Cadre juridique et administratif de la commercialisation de véhicules automobiles / fiscalité automobile (leasing).
- Présentation d'un véhicule de façon statique et dynamique.
- Vente de produits périphériques et solutions financières liées à la vente de véhicules automobiles.
- Reprise d'un véhicule automobile d'occasion.

### GESTION FINANCIÈRE ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

- Diagnostic activité commerciale / budgets et tableaux de bord commerciaux / business plan / risque clientèle.
- Cadre juridique des opérations commerciales et marketing.

### DÉTECTER ET DÉVELOPPER DES PROJETS D'AFFAIRES

- Projet de développement commercial et marketing / mémoire.
- Veille marketing et diagnostic.
- Stratégie ciblage / plan d'action commerciale.
- Politique partenariale / réseaux / développement projet.
- Appels d'offres - méthodologie et cadre juridique.
- Business English / English négociation.

### MANAGER ET ANIMER DES ÉQUIPES COMMERCIALES ET/OU MARKETING

- Management d'équipes commerciales.
- Introduction GRH (Gestion des Ressources Humaines) opérationnelle - recrutement.

### ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

### MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



## Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +2 (ou 120 ECTS) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

# BAC +3

## RESPONSABLE D'ÉTABLISSEMENT TOURISTIQUE

Le ou la responsable d'établissement touristique gère une structure qui propose des séjours d'au moins une nuit, avec un hébergement et des services associés.

### OBJECTIFS

Le ou la responsable d'établissement touristique organise l'accueil de la clientèle et gère les services d'hébergement, de réception et d'entretien-maintenance.

En fonction de l'établissement et de ses prestations, il ou elle gère les services de restauration, de bar, d'animation et autres services proposés à la clientèle, par exemple des espaces bien-être, des boutiques, etc.

Il ou elle anticipe les besoins, s'assure de la mise en place, de la qualité et de l'attractivité des prestations dans le respect de la promesse faite à la clientèle. Il ou elle analyse les taux de satisfaction et les indicateurs de performance et met en place des actions pour optimiser le fonctionnement des services.

Le ou la responsable d'établissement touristique gère le personnel de l'établissement (permanent-es, saisonnier-ères ou intermittent-es) dans le cadre légal et conventionnel. Le plan d'embauche, l'organisation des recrutements, l'élaboration ou la validation des plannings des services et la gestion administrative du personnel font partie de ses tâches. Elle ou il donne des objectifs et contrôle la réalisation et la qualité du travail. Le ou la responsable d'établissement touristique manage les équipes pour les motiver, les fidéliser et créer une dynamique.

Le ou la responsable d'établissement touristique est garant-e de la sécurité des biens, de la clientèle et du personnel. Il ou elle s'assure du bon état de l'établissement et du respect des règles d'hygiène et de sécurité et doit faire face à toutes les situations de crises et aux urgences.

### LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.
- **Opérationnalité grandissante.**
- **Voyage d'immersion professionnelle** à La Réunion prévu\*.

\*Sous réserve de validation de financements par les OPCO.

Le ou la responsable d'établissement touristique développe la promotion de l'établissement, participe à la commercialisation multicanale de l'établissement, assure une veille marketing pour proposer des offres attractives, voire innovantes, et peut intervenir sur la gestion des ventes via les agences en ligne.

Le ou la responsable d'établissement touristique prépare, adapte ou négocie le budget prévisionnel. Au quotidien, il ou elle suit les dépenses et les ventes, reporte les données sur des tableaux de bord et analyse les résultats et les indicateurs

Dans le cadre de sa délégation, le ou la responsable d'établissement touristique représente l'entreprise et travaille en autonomie. Il ou elle travaille en général les week-ends et les jours fériés et peut travailler en soirée.

Le ou la responsable d'établissement touristique peut utiliser l'anglais au niveau B2 du CECRL.

## Métiers visés

- Responsable de structure d'hébergement touristique.
- Exploitant-e de structure d'hébergement touristique.
- Gérant-e de structure d'hébergement touristique.
- Gestionnaire de structure d'hébergement touristique.
- Directeur-riche de structure d'hébergement touristique.
- Directeur-riche de village de vacances.
- Directeur-riche de club de vacances / d'hôtel club.
- Directeur-riche de résidence de tourisme.
- Directeur-riche de camping.
- Directeur-riche d'hôtellerie de plein air.
- Directeur-riche de parc résidentiel de loisirs.
- Directeur-riche d'hôtel / d'hôtel-restaurant.
- Directeur-riche d'auberge de jeunesse.
- Directeur-riche d'hôtel.
- Directeur-riche de village de gîtes.
- Directeur-riche d'hébergement collectif.
- Directeur-riche de centre de vacances.
- Gardien-ne / gérant-e de refuge de montagne.
- Directeur-riche hôtelier-ère de résidence sénior.
- Adjoint-e de direction d'établissement touristique.



## Modalités de la formation



**Durée :**  
12 ou 18 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en formation,  
4 jours en entreprise.  
Quelques périodes de regroupement.



**Lieux :**  
Saint-Denis  
et Rodez.



**Rentrée :**  
mars.

Inscription jusqu'à 15 jours avant  
la date de rentrée.



## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

### PILOTER ET OPTIMISER LES SERVICES D'UN ÉTABLISSEMENT TOURISTIQUE DANS UNE DÉMARCHE QUALITÉ

- Organiser le service hébergement et optimiser son fonctionnement.
- Organiser le service réception et optimiser son fonctionnement.
- Organiser le service entretien maintenance et optimiser son fonctionnement.
- Organiser le service restauration bar et optimiser son fonctionnement.
- Organiser le service animation, optimiser son fonctionnement et développer l'ancrage local.

### MANAGER LE PERSONNEL D'UN ÉTABLISSEMENT TOURISTIQUE

- Recruter les équipes d'un établissement touristique en français et en anglais.
- Manager les équipes d'un établissement touristique.
- Assurer la gestion administrative des ressources humaines d'un établissement touristique.

### COMMERCIALISER LES OFFRES D'UN ÉTABLISSEMENT TOURISTIQUE AVEC UNE DÉMARCHE MULTICANALE

- Développer et optimiser la commercialisation des offres d'un établissement touristique.
- Promouvoir un établissement touristique et ses offres en français et en anglais.

### ASSURER LA GESTION OPÉRATIONNELLE D'EXPLOITATION ET PRÉVOIR LES INVESTISSEMENTS D'UN ÉTABLISSEMENT TOURISTIQUE

- Gérer le budget d'exploitation et sécuriser la rentabilité d'un établissement touristique.
- Prévoir les investissements d'un établissement touristique et leur financement.

## ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.

## Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +2 (ou 120 ECTS) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).



## BAC +3

### RESPONSABLE EN GESTION ET NÉGOCIATION IMMOBILIÈRES

L'immobilier est un secteur dynamique en recherche constante de compétences. Le Bachelor Gestion et Négociation Immobilières prépare les apprenant-es à des postes opérationnels en gestion et transaction, directement accessibles après la formation.

#### OBJECTIFS

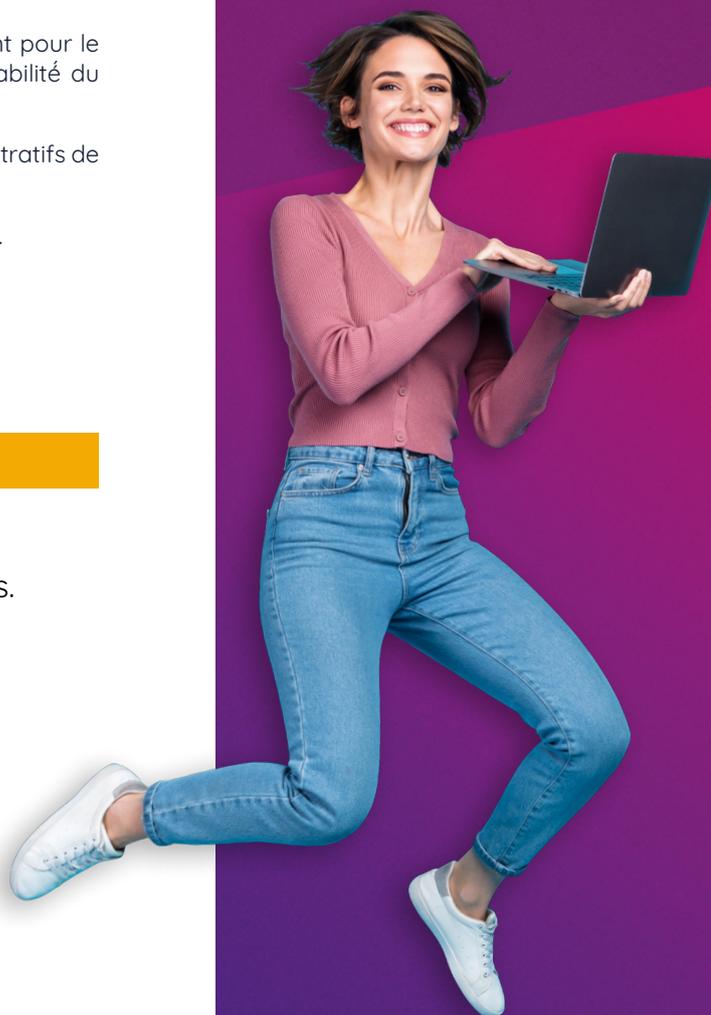
- Administrer des biens immobiliers d'investissement pour le compte de propriétaires dans un objectif de rentabilité du bien.
- Mettre en œuvre les moyens techniques et administratifs de conservation et d'amélioration du patrimoine.
- Assurer la commercialisation de biens immobiliers.

#### LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.

### Métiers visés

- Négociateur-riche en immobilier.
- Gestionnaire en locatif junior.
- Gestionnaire de copropriété junior.
- Comptable en immobilier.
- Gestionnaire technique.
- Prospecteur-riche en biens fonciers.





## Modalités de la formation



**Durée :**  
12 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en formation,  
4 jours en entreprise.  
Quelques périodes de regroupement.



**Lieu :**  
Le Port.



**Retrécie :**  
septembre  
Inscription jusqu'à 15 jours avant la date de rentrée.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

### GÉRER LE PATRIMOINE IMMOBILIER LOCATIF

- Gestion administrative et technique des biens confiés en location.
- Accompagnement de la clientèle et fidélisation.

### ADMINISTRER ET ANIMER LES ACTIFS IMMOBILIERS EN COPROPRÉITÉ

- Administration juridique de la copropriété.
- Animation et gestion de la vie de la copropriété.
- Gestion technique des parties communes de l'immeuble.
- Gestion financière de la copropriété.

### ASSURER L'INTERMÉDIATION COMMERCIALE EN VENTE ET EN LOCATION

- Prospection pour rechercher des biens à commercialiser (vente ou location).
- Relation clientèle et négociation.
- Administration des ventes.

### GÉRER ET DÉVELOPPER UN CENTRE DE PROFIT IMMOBILIER

- Gestion financière.
- Développement commercial de l'activité.
- Management d'équipe et gestion des ressources humaines.
- Évolution et développement de l'activité.

## ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



## Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +2 (ou 120 ECTS) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).



## BAC +2

### RESPONSABLE DE PETITE ET MOYENNE STRUCTURE

Le ou la responsable de petite et moyenne structure anime une structure économique dans ses dimensions humaine, commerciale, production et financière. Il ou elle organise le fonctionnement de la structure en conformité avec les objectifs qui lui sont donnés.

#### Métiers visés

- Responsable/directeur·rice/chef·fe d'agence.
- Responsable/directeur·rice/chef·fe de centre.
- Responsable/directeur·rice/chef·fe d'unité.
- Responsable/directeur·rice/chef·fe de site.
- Directeur·rice adjoint·e de PME/PMI.
- Manageur·se de proximité.
- Directeur·rice d'association.

#### OBJECTIFS

Le ou la responsable de petite et moyenne structure anime au quotidien une petite équipe et exerce son activité de façon autonome. Son rôle consiste à mobiliser et gérer les moyens humains, matériels, financiers et techniques de son unité.

Sa connaissance des métiers de l'entreprise, des circuits commerciaux et des évolutions technologiques se combine aux compétences managériales pour la maîtrise de l'emploi. Il ou elle est en relation avec la clientèle mais aussi les fournisseur·euses et autres partenaires externes. Prendre en compte les événements, hiérarchiser les priorités et gérer les aléas font partie de ses qualités essentielles. Il ou elle exerce une veille permanente et adapte sa gestion aux évolutions constatées ou à venir.

Souvent associée aux démarches stratégiques et aux orientations données au développement de la structure, le ou la responsable de petite et moyenne structure rend compte de son fonctionnement à sa hiérarchie.

Le travail s'effectue pour partie dans un bureau avec une utilisation permanente des outils numériques les plus courants, mais le ou la responsable de petite et moyenne structure peut être amenée à se déplacer à l'extérieur. Dans le cas de structures appartenant à un groupe, elle ou il doit aussi utiliser les logiciels spécifiques prévus pour la gestion des activités.

#### LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 20 mois.
- Enseignement apportant un **socle de savoir-faire professionnel.**

# Modalités de la formation



**Durée :**  
20 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en formation,  
4 jours en entreprise.



**Lieux :**  
Saint-Denis, Le Port  
et Saint-Pierre.



**Rentrée :**  
Inscription tout au long  
de l'année.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

### ANIMER UNE ÉQUIPE

- Encadrer et animer une équipe.
- Organiser et assurer le fonctionnement d'une unité.
- Organiser et assurer la gestion opérationnelle des ressources humaines.
- Organiser et mettre en œuvre la gestion prévisionnelle des ressources humaines.

### PILOTER LES OPÉRATIONS COMMERCIALES ET LA PRODUCTION DE BIENS ET/OU SERVICES

- Mettre en œuvre le plan marketing.
- Mettre en œuvre l'action commerciale.
- Assurer la gestion de la production de biens et/ou services.
- Gérer la qualité.

### GÉRER LES RESSOURCES FINANCIÈRES

- Contrôler l'activité comptable.
- Analyser les coûts de revient.
- Assurer la gestion financière.

### ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

- Évaluations en cours de formation (ECF).
- Session de validation finale.

### MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.



## Admission

Prérequis

Être titulaire du BAC (ou diplôme équivalent) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

# BAC +2

## ASSISTANT·E ADMINISTRATIF·VE ET COMMERCIAL·E

Communication, contact, organisation,  
suivi des dossiers...

Une formation rigoureuse pour devenir l'élément-clé  
du succès d'une équipe.

### OBJECTIFS

L'assistant-e commercial-e assiste une équipe de vente, dont elle ou il fait partie intégrante, dans le suivi et le développement de l'activité commerciale. Sa mission va de l'administration des ventes (traitement des commandes et des litiges, gestion et mise à jour des bases de données clientèle) à une contribution plus directe à l'activité commerciale en collaboration avec les commerciales et commerciaux : organisation d'actions commerciales, prospection téléphonique et vente de produits. Elle ou il participe à la mise en place des orientations stratégiques et de la politique commerciale de l'entreprise par l'élaboration de tableaux de bord et par une veille sur l'évolution du marché.

Contact privilégié pour le suivi des dossiers, son rôle consiste à renseigner la clientèle, orienter ses demandes et faciliter la relation avec les commerciales et commerciaux de terrain, dans un souci de fidélisation de la clientèle.

La pratique de l'anglais est requise pour le suivi de la relation avec la clientèle étrangère ou lors de l'accueil de visiteur-euses. Si ce métier est généralement sédentaire, l'assistant-e commercial-e peut être amené-e à exercer sur le terrain lors de manifestations ponctuelles.

**Cette formation a pour vocation de former des collaborateurs et collaboratrices immédiatement opérationnel-les, capables d'évoluer vers des fonctions administratives et de gestion.**

**La formation prépare les étudiantes et étudiants à :**

- Administrer les ventes et assurer le suivi de la supply chain.
- Participer à l'action commerciale.
- Contribuer au déploiement de la stratégie commerciale de l'entreprise.

### LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 20 mois.

### Métiers visés

- Assistant-e commercial-e.
- Assistant-e administration des ventes.
- Assistant-e administratif-ve et commercial-e.
- Secrétaire commercial-e.
- Commercial-e sédentaire.



## Modalités de la formation



**Durée :**  
20 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en formation,  
4 jours en entreprise.



**Lieux :**  
Saint-Denis  
et Saint-Pierre.



**Rentrée :**  
Inscription tout au long  
de l'année.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

Travaux dirigés, études de cas & mises en situation.

### ASSURER L'ADMINISTRATION DES VENTES

- Traiter les commandes, du devis jusqu'au règlement de la facture.
- Assurer le suivi de la relation clientèle en français et en anglais.
- Prévenir et gérer les impayés.

### PARTICIPER À L'ORGANISATION ET AU SUIVI DES ACTIONS COMMERCIALES

- Élaborer et actualiser les tableaux de bord commerciaux.
- Participer à la veille commerciale.
- Concevoir et réaliser un support de communication commerciale.
- Organiser une action commerciale et en assurer le suivi.

### CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ET À LA FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE

- Accueillir et renseigner les visiteur-euses en français et en anglais lors de manifestations commerciales.
- Réaliser une opération de prospection téléphonique.
- Conseiller et vendre par téléphone.

## ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

- Évaluations en cours de formation (ECF).
- Session de validation finale.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.



## Admission

Prérequis

Être titulaire du BAC (ou diplôme équivalent) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).



# BAC +2

## NÉGOCIATEUR·RICE TECHNICO-COMMERCIAL·E

Négociation, prospection, autonomie, adaptabilité... Un cursus concret pour réussir dans un métier de terrain.

### OBJECTIFS

La ou le négociateur-riche technico-commercial-e exploite les potentialités de vente sur un secteur géographique défini, dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise. Elle ou il élabore une stratégie commerciale omnicanale, organise et met en œuvre un plan d'actions commerciales et en évalue les résultats. Sa mission consiste à prospecter à distance et physiquement des entreprises, afin de développer son portefeuille clientèle, d'atteindre les objectifs fixés et de développer le chiffre d'affaires de l'entreprise. Elle ou il conçoit et négocie des solutions techniques de produits ou de prestations de service. La veille commerciale constitue la base de son information professionnelle. Tout en restant dans le cadre fixé par l'entreprise, la ou le négociateur-riche technico-commercial-e dispose d'une large autonomie d'organisation de son activité. La maîtrise courante des outils digitaux lui est indispensable. L'emploi nécessite des déplacements fréquents dans le secteur de vente dédié et exige de savoir s'adapter aux contraintes et horaires des prospects et de la clientèle.



### Métiers visés

- Technico-commercial-e.
- Chargé-e d'affaires.

---

### LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 20 mois.

# Modalités de la formation



**Durée :**  
20 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en formation,  
4 jours en entreprise.



**Lieux :**  
Saint-Denis  
et Saint-Pierre.



**Rentrée :**  
Inscription tout au long  
de l'année.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

Travaux dirigés, études de cas & mises en situation.

### ÉLABORER UNE STRATÉGIE COMMERCIALE OMNISCANALE POUR UN SECTEUR GÉOGRAPHIQUE DÉFINI

- Assurer une veille commerciale pour analyser l'état du marché.
- Organiser un plan d'actions commerciales.
- Mettre en œuvre des actions de fidélisation.
- Réaliser le bilan de l'activité commerciale et rendre compte.

### PROSPECTER ET NÉGOCIER UNE PROPOSITION COMMERCIALE

- Prospecter à distance et physiquement un secteur géographique.
- Concevoir une solution technique et commerciale appropriée aux besoins détectés.
- Négocier une solution technique et commerciale.

## ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

- Évaluations en cours de formation (ECF).
- Session de validation finale.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.



## Admission

Prérequis

Être titulaire du BAC (ou diplôme équivalent) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

# BAC

## ASSISTANT·E MANAGEUR·SE D'UNITÉ MARCHANDE



Dans le respect de la stratégie commerciale de l'entreprise, afin de contribuer à la satisfaction et à la fidélisation de la clientèle, l'assistant-e manager-se d'unité marchande participe à l'attractivité de l'unité marchande, à la gestion des approvisionnements et au développement des ventes. Il ou elle anime l'équipe au quotidien, la mobilise pour atteindre les objectifs de vente.

### LES + DE LA FORMATION

- Diplôme **reconnu par l'État**.
- Formation en **alternance sur 12 mois**.
- Enseignement apportant un socle de **savoir-faire professionnel**.

## Métiers visés

- Assistant-e responsable de magasin.
- Assistant-e de magasin.
- Adjoint-e de rayon.
- Second-e de rayon.
- Adjoint-e responsable de magasin /adjoint-e de magasin.
- Responsable adjoint-e/adjoint-e responsable.
- Directeur-riche de magasin adjoint-e /directeur-riche adjoint-e.
- Assistant-e manager-se.

### OBJECTIFS

L'assistant-e manager-se d'unité marchande exerce dans tous types de points de vente, grandes, moyennes et petites surfaces, qui proposent des produits ou services nécessitant une vente conseil en face-à-face. Son rôle consiste à accueillir la clientèle et lui apporter conseils et démonstrations.

L'assistant-e manager-se d'unité marchande participe à l'attractivité du point de vente et personnalise la relation pour satisfaire et fidéliser la clientèle. Elle ou il participe à la tenue, à l'animation et à la théâtralisation du rayon et contribue aux résultats de son linéaire ou point de vente en fonction des objectifs fixés par sa hiérarchie. Elle ou il peut également faire des propositions pour améliorer la mise en valeur des marchandises.

Savoir réagir rapidement en cas d'imprévus ou de dysfonctionnements, modifier ses priorités et s'adapter à la situation font partie de ses qualités.

L'assistant-e manager-se d'unité marchande est amené-e à participer aux tâches de manutention, pour lesquelles le port d'équipements de protection est requis.

Ses horaires sont adaptés à l'amplitude d'ouverture du magasin et au flux clientèle. En fonction de l'activité commerciale du magasin, il ou elle peut travailler le samedi, certains jours fériés, le dimanche et, lors de manifestations commerciales spécifiques, en dehors des heures d'ouverture. En fonction des contraintes de l'activité, des astreintes sont possibles.

L'assistant-e manager-se d'unité marchande seconde sa hiérarchie directe et peut la suppléer en cas d'absence.

L'emploi peut nécessiter des déplacements hors de l'unité marchande pour assister à des réunions et des formations organisées par l'entreprise.

# Modalités de la formation



**Durée :**  
12 mois.



**Rythme :**  
1 jour par semaine en formation,  
4 jours en entreprise.



**Lieux :**  
Saint-Denis  
et Saint-Pierre.



**Rentrée :**  
Inscription tout au long  
de l'année.

## CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

### DÉVELOPPER L'EFFICACITÉ COMMERCIALE D'UNE UNITÉ MARCHANDE DANS UN ENVIRONNEMENT OMNICANAL

- Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande.
- Réaliser le merchandising.
- Participer au développement des ventes en prenant en compte le parcours d'achat de la clientèle.
- Analyser les objectifs commerciaux, les indicateurs de performances de l'unité marchande et proposer des ajustements à sa hiérarchie.

### ANIMER L'ÉQUIPE D'UNE UNITÉ MARCHANDE

- Contribuer au recrutement et à l'intégration de nouveaux et nouvelles membres de l'équipe.
- Coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande et ajuster la planification horaire.
- Mobiliser les membres de l'équipe au quotidien.

## COMPÉTENCES TRANSVERSALES

- Mettre en œuvre les mesures de prévention, respecter et faire respecter les règles de sûreté, santé et sécurité au travail.
- Transmettre les consignes oralement et par écrit.
- Utiliser les outils numériques et les applicatifs de gestion de l'unité marchande.
- Réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l'activité de l'unité marchande.

## ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

- Évaluations en cours de formation (ECF).
- Session de validation finale.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.



## Admission

Prérequis

Entretien de positionnement.



Notes :

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

# Le contrat d'apprentissage

Votre entreprise a tout à y gagner !



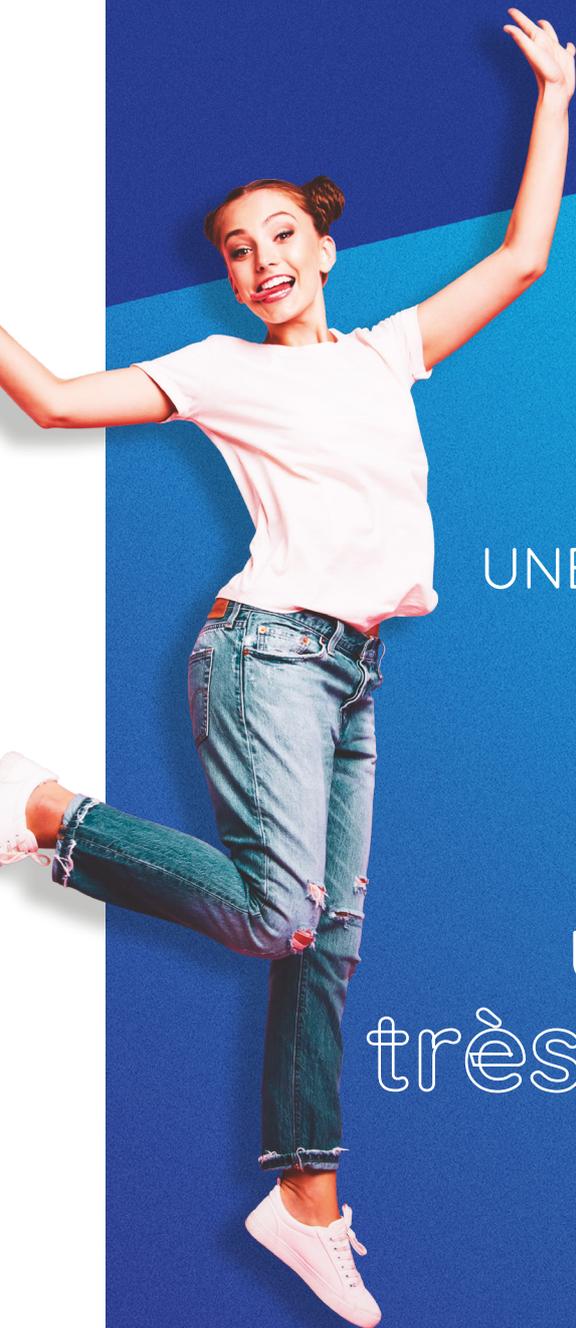
DES PRIMES  
CUMULABLES



UNE RÉGLEMENTATION  
AVANTAGEUSE



UN CONTRAT  
très économique





**Des salaires réduits** : de 27% à 100% du smic.  
**Le salaire net est égal au salaire brut jusqu'à 78% du SMIC.**

La rémunération de l'apprenti-e n'est pas assujettie à la CSG et à la CRDS, **les cotisations patronales et salariales dues au titre des assurances sociales sont totalement exonérées** ainsi que les cotisations salariales d'assurance chômage.

**L'AIDE UNIQUE  
 AUX EMPLOYEUR-SES D'APPRENTI-ES**  
 (sous conditions) :

**6 000 €**  
 pour la 1<sup>ère</sup> année d'exécution du contrat.

Aide à l'embauche d'un-e apprenti-e reconnu-e travailleur ou travailleuse handicapé-e : **le montant maximum de l'aide est de 3000 €.**

**Le ou la salarié-e ne compte pas dans l'effectif de l'entreprise** pendant toute la durée du contrat d'apprentissage.

**Aucune prime de précarité à verser** en fin de contrat.

## Rémunération brute contrat d'apprentissage\*

ÂGE	1 <sup>ère</sup> année		2 <sup>ème</sup> année		3 <sup>ème</sup> année (hors redoublement)	
	% du SMIC	valeur	% du SMIC	valeur	% du SMIC	valeur
- de 18 ans	27%	471,75 €	39%	681,42€	55%	960,98 €
de 18 à 20 ans	43%	751,31 €	51%	891,09 €	67%	1 170,65 €
de 21 à 25 ans	53%	926,03 €	61%	1 065,81 €	78%	1 362,84 €
26 ans et +	100%	1 747,24 €	100%	1 747,24 €	100%	1 747,24 €

\*Sur base du SMIC au 01/05/2023 de 1 747,24€ pour 35 heures hebdomadaires.  
 Le salaire minimum conventionnel peut être appliqué en fonction de la convention collective de l'entreprise.

Si vous n'êtes pas éligible au contrat d'apprentissage, nos formations sont aussi accessibles par le contrat de professionnalisation, le dispositif PRO-A ou le financement personnel. Contactez-nous pour vérifier votre éligibilité !

# POURQUOI NOUS CHOISIR ?



## NOS SPÉCIALITÉS :

Commerce – Management – Gestion – Digital  
Tourisme – Immobilier

La certification qualité a été délivrée au  
titre de la catégorie d'action suivante :  
ACTIONS DE FORMATION



Une offre  
de formations  
pour tous niveaux,  
DE BAC À  
**BAC +5**



**87%**  
DE RÉUSSITE  
aux examens



**PLUS DE 1 000**  
étudiant-es par an  
en alternance



+ de  
**35 ans**  
D'EXPERTISE  
au service  
des compétences  
des entreprises



**4 CAMPUS  
PERMANENTS**

Saint-Denis  
Le Port  
Saint-Pierre  
Rodez



**DES  
équipes**

dédiées, pour mieux  
vous accompagner  
et vous mettre en  
relation avec des  
entreprises

+ de **70** formateurs  
et formatrices

professionnel·les  
et expérimenté·es

**TOUS NOS PROGRAMMES  
SONT ACCESSIBLES**

aux personnes en  
situation de handicap

# VOS PETITS +



Un vrai réseau social interne, où interagissent étudiant-es, formateur-rices et équipes Tetraenergy.



Un outil d'entraînement pour se perfectionner en orthographe et expression.



Une application innovante de mise en relation des candidat-es et employeur-euses.



Un accès gratuit à la plateforme n°1 du covoiturage.



Une mise à disposition gratuite, de protections hygiéniques bio.

## Et aussi :

- Un BDE engagé dans des actions sociétales, solidaires et dans l'animation de la vie étudiante.
- Un engagement pour défendre l'égalité femme - homme.
- Une forte démarche inclusion.

“WATER  
NO GET  
ENEMY.”

FELA KUTI

\*L'eau n'a pas d'ennemi

# Contacts

**La Réunion**

0262 29 26 26

[recrutement@tetranergy.com](mailto:recrutement@tetranergy.com)

**Rodez**

0554 54 24 50

[recrutementrodez@tetranergy.com](mailto:recrutementrodez@tetranergy.com)



tetranergy.com

