

Bachelor Tourisme Travel & Leisure 3^{ème} année - Responsable Commercial et Marketing



✓ Objectifs :

- Elaborer la stratégie commerciale et marketing d'une entreprise touristique
- Développer une politique d'innovation touristique
- Gérer et piloter l'activité touristique
- Manager et animer les équipes d'une entreprise touristique
- Maîtriser les outils et concepts du E-Tourisme pour un tourisme créatif, durable et responsable

👤 Public visé :

- Demandeurs d'emploi âgés de 16 à 29 ans et de 26 ans et plus, rencontrant des difficultés de placement en contrat d'alternance (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) entreprise du fait de la crise sanitaire
- Salariés dans une optique d'évolution, de réorientation professionnelle ou de co-construction de projets qualifiants entre salariés et employeurs (éligibilité Pro-A)

📅 Prérequis :

Toute personne justifiant d'un diplôme de niveau Bac+2 reconnu par l'Etat ou équivalent à dominante touristique, internationale ou tertiaire (120 ECTS)

Niveau de maîtrise de l'Anglais : B1 – Utilisateur indépendant

Qualités requises : motivation pour les métiers du tourisme, sens de l'organisation et du contact client

➔ Modalités et délais d'accès :

La formation est accessible :

- sous le statut de stagiaire de la formation professionnelle (demandeurs d'emploi)
- sous le statut de salarié en contrat Pro-A

Pour tout autre profil consultez-nous

Étapes d'inscription :

- 1) Dépôt de candidature par mail
- 2) Admission sur concours d'entrée (examen du dossier, entretien et tests de langues - Anglais et Espagnol)
- 3) Inscription définitive à compter de la signature de la lettre d'engagement

Les délais d'accès sont compris entre 1 et 4 mois, selon le calendrier de la formation et le dispositif de financement mobilisé

Code diplôme : 26X31007
Code RNCP : 34977



SKILLFOR
CAMPUS

CCI MARTINIQUE



Type de formation :

Formation diplômante/certifiante – Formation continue



Filière de formation :

Tourisme & Développement durable



Niveau de sortie de la formation :

Niveau 6 (Bac+3) – 180 ECTS



Durée de la formation :

1 année / 1 365 heures dont 560 de formation



Coût de la formation :

Coût : 10 100 €

Demandeurs d'emploi : formation gratuite pour le bénéficiaire (financement intégral par le Fonds Social Européen et la CTM au titre du PO FEDER FSE 2014-2020 pour 20 stagiaires)

Salariés : prise en charge Pro-A par OPCO à hauteur de 8 802 € et du reste à charge par le Fonds Social Européen et la CTM



Prochaines sessions :

Octobre 2021



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 64 98 41
www.egc-martinique.com



Gestionnaire de formation :

Véronique FLORO
documentation@egc-martinique.com
0596 64 98 44



Rythme d'alternance :

3 jours en centre de formation / 2 jours en entreprise en rythme alterné professionnalisant

Puis 4 mois consécutifs en entreprise par année d'études

Modalités pédagogiques :

Formation dispensée en format hybride : Blended Learning

Alternance d'apports théoriques, méthodologiques (exercices d'applications et simulations, études de cas, travaux de groupes soutenus à l'oral), d'interactions professionnalisantes (séminaires, témoignages métiers, conférences sectorielles, workshops tourisme, business game) et d'applications pratiques en entreprise

E-learning accompagné et tutoré selon le besoin identifié et à l'issue d'un test de niveau faisant l'objet de travaux individuels

Accompagnement individualisé et coaching

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

RNCP34977BC01 Elaboration de la stratégie opérationnelle de son unité – 80 heures

C1.1-Conduire une veille concurrentielle afin de disposer d'une analyse diagnostic comparée de l'entreprise

C1.2- Cartographier les parties prenantes internes et externes afin d'identifier leur influence directe ou indirecte sur l'activité de son unité

C1.3- Analyser le modèle économique de l'activité et de sa proposition de valeur au regard des objectifs commerciaux et des cibles marketing visées

C1.4- Etablir un diagnostic complet des forces/faiblesses – Opportunités/menaces permettant d'anticiper les évolutions et de mettre en place un plan de développement commercial et marketing efficient

C1.5- Définir les objectifs (coûts et revenus), les budgets prévisionnel et d'investissements ainsi que les indicateurs de performance associés en intégrant les spécificités des processus métiers de l'activité et les orientations fixées par la direction générale

C1.6-Présenter et soumettre son plan de stratégie opérationnelle pour validation en négociant les arbitrages à réaliser dans l'affectation des ressources budgétaires

RNCP34977BC02 Déclinaison et mise en œuvre de la politique marketing – 160 heures

C2.1-Elaborer et mettre en œuvre un plan de marketing physique et digital opérationnel traduits en objectifs qualifiés et quantifiés par produit, marché, canal de distribution

C2.2- Mettre en place les indicateurs marketing permettant de piloter l'évolution du positionnement marketing et l'efficacité du plan

C2.3-Développer la notoriété et la réputation (et e-réputation) de la marque sur les réseaux sociaux et de distribution en intégrant l'omnicanalité et les spécificités du parcours client

C2.4-Détecter et comprendre l'évolution des attentes afin de négocier et proposer des solutions client à plus forte valeur-ajoutée

RNCP34977BC03 Pilotage du développement commercial et des projets d'affaires – 100 heures

C3.1 - Concevoir un Plan d'Activité Commerciale permettant d'atteindre les objectifs de vente et de revenus

C3.2 - Structurer le service commercial et marketing et organiser la répartition des tâches afin d'optimiser les compétences individuelles et collectives et atteindre les objectifs d'efficacité opérationnelle fixés

C3.3 - Coopérer avec le réseau de partenaires internes et externes ainsi que les prestataires de services afin de développer les champs d'expertise et l'image de l'entreprise (Implication RSE, transition écologique, transformation digitale, coopération internationale, partenariats, adhésion associations professionnelles,)

C3.4 - Prospector et organiser le développement ciblé du portefeuille commercial en tenant compte du parcours et de l'expérience client digitale et omnicanal. (Avant-vente /Pre-sales)

C3.5 - Développer l'activité commerciale en s'impliquant dans les projets clients et de transformation digitale afin de contribuer personnellement à la réalisation des objectifs commerciaux et marketing, en rencontrant les prospects, en qualifiant les besoins et en présentant l'entreprise et son offre.

C3.6- Construire une proposition commerciale chiffrée complète correspondant aux besoins du client, recueillir l'avis client et ajuster l'offre si besoin.

C3.7-Mener les négociations de vente sur tous leurs aspects (tarifaires, légaux - clauses et conditions des contrats - conditions de livraisons et toutes conditions particulières propres au secteur) et concrétiser la vente.

C3.8 -Elaborer et mettre en œuvre un tableau de bord de pilotage de la performance afin de disposer des indicateurs et d'une visualisation synthétique des chiffres et de marges opérationnelles de l'activité commerciale et marketing

C3.9- Interpréter et contrôler les indicateurs financiers et de gestion afin de les intégrer dans les décisions opérationnelles et les choix de gestion

RNCP34977BC04 Management opérationnel d'équipes commerciales et marketing – 40 heures

C4.1- Analyser le fonctionnement de l'équipe et accompagner individuellement les collaborateurs afin d'optimiser la qualité des relations internes, la cohésion et d'impulser une dynamique d'équipe

C4.2- Gérer les effectifs et déployer les compétences de ses collaborateurs en lien avec les services RH afin de soutenir le développement de l'activité (Entretiens de recrutements, d'évaluation, de positionnement, d'évolution...)

C4.3- Structurer son management et animer une équipe en réseau en utilisant les nouvelles technologies afin d'optimiser le temps et la productivité de l'équipe

C4.4-Développer son professionnalisme et la qualité de sa relation aux autres afin de communiquer positivement sur les réseaux professionnels et d'affaires.

C4.5- Piloter au quotidien les objectifs individuels et collectifs de l'activité de son équipe afin de réévaluer la performance opérationnelle au regard des moyens et proposer des plans d'optimisation

C4.6- Contrôler la performance de l'équipe par l'amélioration continue afin de maintenir une qualité de service optimum

RNCP34977BC05 Contribution à l'innovation commerciale et marketing en mode agile – 180 heures

C5.1-Proposer de nouvelles pistes de développement commerciales et marketing créatives et originales (relationnelles, événementielles, partenariales...)

C5.2-Mettre en œuvre et piloter une méthode de gestion de projet d'affaires agile, optimisant le travail collaboratif, la circulation de l'information interne et la signature des affaires

C5.3-Contribuer en tant que personne ressource à des projets d'optimisation de l'organisation des activités (Innovation de procédés, d'outils, extension de gamme, déploiement commercial, développement international, ...) ou à des missions transverses (RSE, transformation digitale, nouveaux plans ou reconfigurations stratégiques)

C5.4-Présenter et défendre les projets de développement d'affaires auprès de la gouvernance en communiquant avec assertivité sur les besoins de l'activité et du service.

★★★ Modalités d'évaluation :

Contrôle continu et partiels

Dossiers professionnels

Soutenance d'un mémoire face à un jury de professionnels et chefs d'entreprise

La 3^{ème} année de Bachelor Tourisme conduit au titre de l'IFAG « Responsable opérationnel d'activité », Code/s NSF 310m, certification professionnelle de niveau 6 enregistrée au RNCP sous le numéro 35256, par Décision d'enregistrement de France Compétences.

Validation des blocs de compétences :

En cas d'échec à la certification globale, le candidat peut obtenir la validation partielle de certaines Unités d'Enseignement, acquises pour une durée de 5 années

Suites de parcours et débouchés :

Suites de parcours :

Les titulaires du Bachelor Tourisme peuvent poursuivre en MBA Spécialisé Tourism & Hospitality Management - Niveau 7 (Bac+5)

Equivalences/Passerelles :

Aucune

Emplois visés :

- Commercial groupes en tour opérateur
- Chargé événementiel en centre de congrès / Chargé de colloques et manifestations en hôtellerie
- Chargé de mission en office du tourisme
- Chef de produits touristiques / Coordinateur de séjours touristiques
- Adjoint de direction Restauration / Adjoint de direction en résidence hôtelière
- Chargé de réservation / Responsable clientèle en réceptif
- Responsable point de vente voyages

Les points forts de la formation :

Un partenaire « Tourism Only » avec 25 ans d'expérience : l'IEFT

Un cursus d'excellence Bac+3 sur un 1 an, s'inscrivant dans une logique de complémentarité aux formations Bac+2/3 déjà existantes : centration sur l'organisation de voyages, le tourisme d'affaires ou de loisir, l'hébergement non hôtelier, l'ingénierie et la promotion de l'offre touristique territoriale

Une focalisation sur les enjeux de développement de l'offre touristique territoriale (tourisme de séjour, montée en gamme, renforcement de la différenciation par rapport aux voisins caribéens, valorisation patrimoine naturel et culturel...)

Chiffres clés :

Taux d'obtention de la certification : aucun (session en cours) Taux de poursuite d'études : aucun (pas de sortants en 2020)

Taux d'interruption en cours de formation : 17%

Taux d'insertion professionnelle : aucun (pas de sortants en 2020)

Taux de satisfaction : 86%