

Siret : 442 293 734 00012

N° de déclaration d'activité : FPC52440410944

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat (art. L.6352-12)

# Mastère MANAGEMENT DE PROJETS

## Spécialisation Marketing digital ou Entrepreneuriat

### Certification professionnelle « Manager option Retail ou Wholesale »

Certification professionnelle « Manager option Retail ou Wholesale » enregistrée pour 3 ans au RNCP (Fiche RNCP35199) sur décision du directeur de France Compétence suite à l'avis de la commission de la certification professionnelle du 20/01/2021, au niveau de qualification 7, avec le code NSF 312p sous l'intitulé « Manager option Retail ou Wholesale » avec effet jusqu'au 20/01/2024, délivré par C3 INSTITUTE, l'organisme certificateur. Cette certification professionnelle est constituée de 5 blocs de compétences. Les blocs de compétences représentent une modalité d'accès modulaire et progressive à la certification, dans le cadre d'un parcours de formation ou d'un processus de VAE, ou d'une combinatoire de ces modalités d'accès

N° d'enregistrement RNCP : 35199

Code formation : 16X31236



## PUBLIC VISÉ ET PRÉREQUIS

La formation est accessible aux apprenants titulaires d'un diplôme ou d'une certification professionnelle de niveau 6 (Bac + 3) ou bénéficiant d'une expérience professionnelle de plus de 3 ans. Des pré-requis en Marketing stratégique et opérationnel sont recommandés.



## OBJECTIFS ET VALIDATION DU DIPLÔME OU DU TITRE

### Objectifs pédagogiques et compétences visées

Le Manager de projets possède une vision stratégique de l'entreprise et de son environnement, tout en possédant les capacités à assumer la responsabilité de mener des projets en se situant dans l'opérationnel.

Son poste se situe entre réflexion et action. Il est un véritable entrepreneur, responsable du développement des activités de l'entreprise à partir de nouvelles idées (nouveaux produits, services, partenariats, clients...).

Sa mission principale est de rechercher de nouveaux leviers de croissance de l'entreprise. Il doit apporter des solutions pour développer le chiffre d'affaires, associées à la rentabilité de manière directe, grâce à de nouveaux clients ou de nouveaux produits, ou de manière indirecte, grâce au marketing et à la communication.

Il s'appuie sur les fonctions commerciale, marketing, financière et juridique pour soutenir l'accroissement de la rentabilité de l'entreprise

### Perspectives d'emploi

- Chef de projet
- Responsable marketing
- Chargé de marketing et communication
- Chef de produit
- Responsable de partenariats entreprises
- Créateur d'entreprise
- Responsable grands comptes
- Chef de secteur
- Directeur commercial
- Directeur de magasin
- Responsable service clients



## MODALITÉS DE SUIVI, D'ÉVALUATION ET DE VALIDATION

Le programme s'appuie sur le référentiel de certification autour des **5 blocs de compétences** suivants :

- Bloc 1 - Définition et pilotage des orientations stratégiques d'une Business Unit orientée relation client
- Bloc 2 - Pilotage du développement commercial et promotionnel d'une Business Unit
- Bloc 3 - Pilotage de la performance économique et financière d'une Business Unit
- Bloc 4 - Management des équipes et des projets d'une Business Unit
- Bloc 5 ou Bloc 6 - Développement du Retail Management ou du Wholesale Management (bloc défini selon l'activité de l'entreprise BtoC ou BtoB)

Le dispositif d'évaluation des compétences de la certification s'articule autour des évaluations suivantes :

✓ Evaluations pédagogiques : épreuves nationales + contrôle des connaissances

✓ Evaluations transverses :

- o Evaluations professionnelles des compétences métier (par le tuteur)
- o Evaluations professionnelles comportementales (par le tuteur)
- o Evaluations des soft-skills (par le centre de préparation)
- o Auto-évaluations des compétences métier (par l'apprenant)
- o Auto-évaluations des compétences comportementales (par l'apprenant)

✓ Le dossier d'expertises professionnelles sur lequel le Jury national de certification s'appuiera au moment des délibérations.



Chaque bloc fait l'objet de plusieurs évaluations distinctes, permettant d'apprécier, en 4 étapes, l'acquisition des compétences le constituant :

**Etape 1 – Les évaluations pédagogiques**, avec une ou plusieurs épreuves spécifiques par bloc de compétences, organisées durant le cycle de formation, grilles d'évaluation complétées avec justification par l'examineur :

- Dossier + soutenance en individuel : DIAGNOSTIC STRATEGIQUE (bloc 1)
- Dossier + soutenance en individuel : PLAN DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL (bloc 2)
- Dossier + soutenance en collectif : BUSINESS GAME (bloc 3)
- Dossier + soutenance en individuel : RAPPORT DE MANAGEMENT (bloc 4)
- Dossier PROJET DE DEVELOPPEMENT DE BUSINESS RETAIL EN MULTICANAL (bloc 5) ou PROJET DE DEVELOPPEMENT WHOLESAL EN MULTICANAL + PECHA KUCHA (bloc 6)
- Contrôle de connaissances (blocs 1, 2, 3, 4, 5/6)

**Etape 2 - L'évaluation professionnelle**, complétée avec justification par le tuteur d'entreprise à l'issue de la mise en situation de travail (alternance ou stage).

**Etape 3 – L'auto-évaluation de l'apprenant**, complétée avec justification par l'apprenant au fur et à mesure de l'acquisition des compétences.

**Etape 4 - Le Dossier D'Expertises Professionnelles**, qui compile les résultats des évaluations des étapes 1 à 3, et que l'apprenant complète avec son CV actualisé, le dernier diplôme qu'il a obtenu, la fiche du poste qu'il a occupé durant la formation et le passeport de certification qu'il doit produire.



## MOYENS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

### Modalités pédagogiques

Cours en présentiel

Formateurs professionnels experts dans leur domaine

### Locaux et équipements

Locaux : du CFP ENC au cœur de Nantes

Equipement : salle informatique, matériel vidéo

Handicap : sensibilisé à l'importance de faciliter l'accès à la formation de toute personne porteuse de handicap, nous sommes à votre écoute pour la mise en place de modalités spécifiques. Nous disposons d'un référent handicap, veuillez nous contacter :

[referent-handicap@enc-nantes.fr](mailto:referent-handicap@enc-nantes.fr)



## DURÉE ET DÉLAIS D'ACCÈS

### Durée de la formation

Formation de **1078h** sur 2 années, avec un rythme alterné moyen de 2 semaines en formation et 4 semaines en entreprise, de septembre/octobre à juillet sur chaque année de formation

### Délais d'accès

Étude des candidatures à partir du mois de janvier de l'année précédente

Modalités d'accès à la formation : étude du dossier et entretien de motivation

Intégration à partir du mois de septembre



## TARIFS

### Coût de la formation pour l'alternant :

- En contrat d'apprentissage ou de professionnalisation : **pas de frais de formation**
- En formation continue : se renseigner auprès de Pôle emploi

### Coût de la formation pour l'employeur :

- Secteur privé en contrat d'apprentissage : **prise en charge des frais de formation par l'OPCO** selon les niveaux de prise en charge en vigueur (contrat  $\geq$  12 mois)
- Secteur public : **8656 euros pour l'année de formation soit 17312 euros pour les 2 années de formation**



## LIEUX DE FORMATION ET CONTACTS

### Lieux de la formation

CFP CFA ENC  
6 rue Crébillon  
44000 NANTES

### Contacts

#### Responsable de Formation

Laëtitia KERVARREC  
[lkervarrec@enc-nantes.fr](mailto:lkervarrec@enc-nantes.fr)

#### Responsable relations entreprises

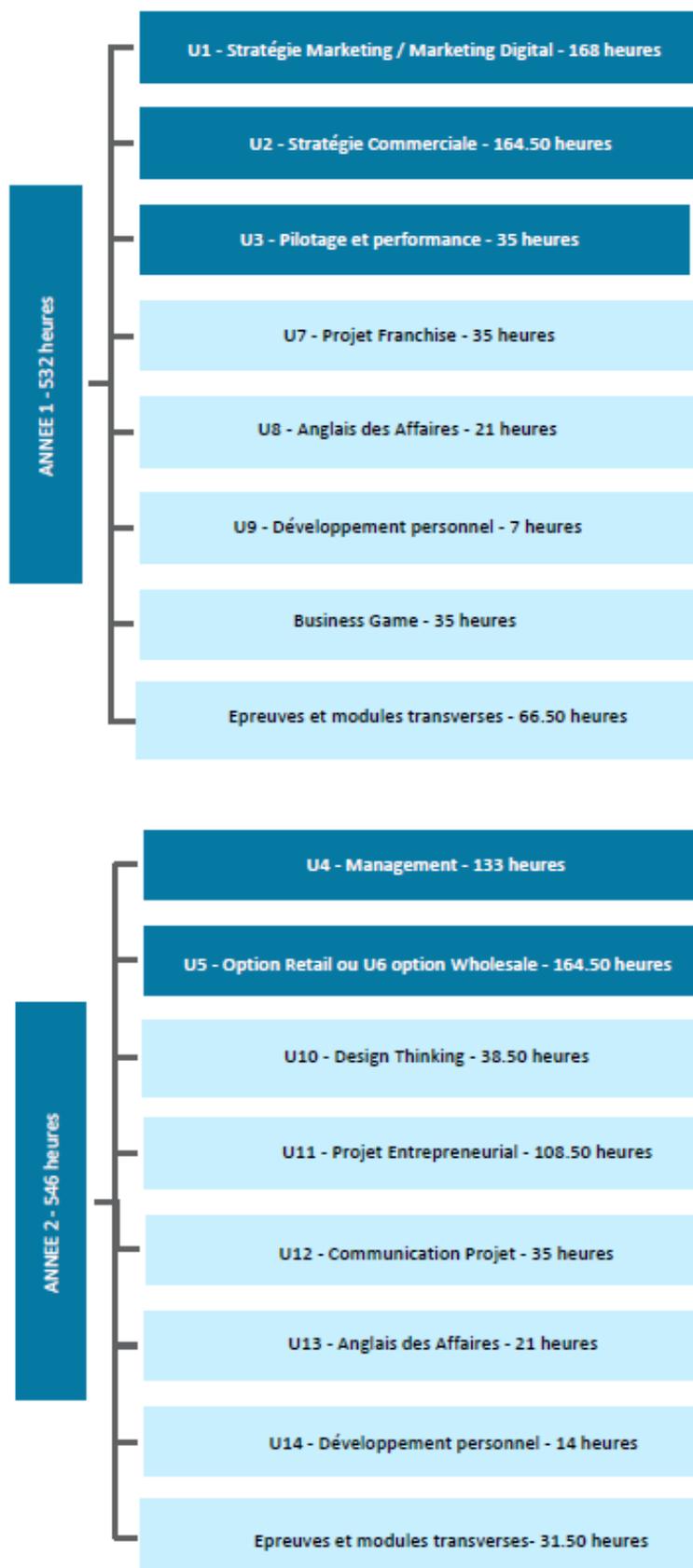
Maud DE PEYRELONGUE  
[m.depeyrelongue@enc-nantes.fr](mailto:m.depeyrelongue@enc-nantes.fr)

#### Assistante de formation

Elisa PEAN  
[e.pean@enc-nantes.fr](mailto:e.pean@enc-nantes.fr)  
02 40 48 41 13 / 02 40 48 91 25



# CONTENU PÉDAGOGIQUE



**DETAIL DES UNITES D'ENSEIGNEMENT / MODULES, VOLUMES HORAIRES, ET  
COMPETENCES VISEES**

Unités d'enseignement / Modules	Volume horaire	Compétences visées
<b>Bloc 1 - Définition et pilotage des orientations stratégiques d'une BU orientée relation client</b>		
U1 – STRATEGIE MARKETING /MARKETING DIGITAL <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stratégie Marketing</li> <li>- Diagnostic stratégique</li> <li>- Stratégie Marketing Digital</li> <li>- E-communication &amp; content marketing</li> <li>- Création de site et e-commerce</li> </ul>	168h	C1.1 - Analyser des marchés selon les secteurs économiques C1.2 – Définir les objectifs stratégiques et opérationnels C1.3 - Définir la politique de marque, la politique de produit C1.4 – Élaborer la matrice marketing omnicanal C1.5 - Développer une culture d'entreprise centrée client C1.6 – Identifier et suivre les indicateurs de performance
<b>BLOC 2 : Pilotage du développement commercial et promotionnel d'une BU</b>		
U2 – STRATEGIE COMMERCIALE <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stratégie commerciale</li> <li>- Veille stratégique et Innovation Commerciale</li> <li>- Conduite de projet</li> <li>- Management équipe commerciale</li> <li>- Time management</li> <li>- Management transverse</li> <li>- Management interculturel</li> <li>- Marketing responsable</li> </ul>	164.50h	C2.1 - Caractériser et élaborer la politique marketing et commerciale C2.2 - Assurer le développement commercial de la BU C2.3 – Construire le développement del'activité C2.4 – Mobiliser les différents services de la BU

**BLOC 3 : Pilotage de la performance économique et financière d'une BU**

U3 – PILOTAGE ET PERFORMANCE	35h	<p>C3.1 – Etudier et interpréter les tableaux de bord économiques et financiers pour orienter le pilotage de l'activité</p> <p>C3.2 – Calculer le chiffre d'affaires prévisionnel et les marges contributives</p> <p>C3.3 – Définir les objectifs généraux et sectoriels</p> <p>C3.4 - Affecter des ressources pour optimiser la rentabilité et la valorisation de l'entreprise</p> <p>C3.5 – Assurer la pérennité financière et économique de la BU</p>
------------------------------	-----	--

**BLOC 4 : Management des équipes et des projets de la BU**

U4 – MANAGEMENT	133h	<p>C4.1 – Identifier et définir les besoins RH</p> <p>C4.2 - Recruter et constituer son équipe</p> <p>C4.3 – Le pilotage du parcours en entreprise des personnels de la BU</p> <p>C4.4 – Fédérer et mobiliser les équipes</p> <p>C4.5 – Accompagner les évolutions RH</p>
-----------------	------	---

**BLOC 5 : option RETAIL**

U5 – MANAGER RETAIL	164.50h	<p>C5.1 – Définir la stratégie « Enseigne »</p> <p>C5.2 – Élaborer la matrice marketing client</p> <p>C5.3 – Mettre à disposition une offre produit qui répond aux attentes et aux tendances de consommation du client cible</p> <p>C5.4 - Assurer le développement commercial de la BU</p> <p>C5.5 - Mobiliser les ressources et les compétences</p> <p>C5.6 – Gérer et optimiser les ressources financières</p> <p>C5.7- Maîtriser les outils numériques pour gérer la relation client</p>
---------------------	---------	--

**BLOC 6 : option WHOLESALÉ**

U6 – MANAGER WHOLESALÉ	164.50h	<p>C6.1 – Identifier et définir les axes stratégiques B to B</p> <p>C6.2 – Mettre à disposition une offre produits et services qui répond aux attentes du client cible B to B</p> <p>C6.3- Piloter la chaîne globale d'approvisionnement</p> <p>C6.4 - Gérer et développer les réseaux des partenaires</p> <p>C6.5 - Mobiliser les ressources et les compétences</p> <p>C6.6 – Gérer et optimiser les ressources financières</p> <p>C6.7 - Maîtriser les outils et méthodes de la Data afin de valoriser et traiter l'information relative à la relation client</p>
------------------------	---------	---

**ENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES**

U7 - Projet Franchise	35h	
U8 - Anglais des Affaires année 1	21h	
U9 - Développement personnel	7h	
U10 - Design thinking	38.50h	
U11 - Projet Entrepreneurial	108.50h	
U12 - Communication projet	35h	
U13 - Anglais des affaires année 2	21h	
U14 – Développement personnel	14h	
Business Game	35h	
Epreuves et modules transverses année 1	66.50h	
Epreuves et modules transverses année 2	31.50h	

BLOC 1 Définition et pilotage des orientations stratégiques d'une B.U. orientée relation client	<b>Evaluations pédagogiques</b>	<b>Modalités</b>	<b>Examineur</b>
	Diagnostic stratégique	Ecrit + oral	Centre
	Stratégie Marketing	Contrôle des connaissances	Centre
BLOC 2 Pilotage du développement commercial et promotionnel d'une B.U.	<b>Evaluations pédagogiques</b>	<b>Modalités</b>	<b>Examineur</b>
	Plan de développement commercial	Ecrit + Oral	Centre
	Stratégie Commerciale	Contrôle des connaissances	Centre
BLOC 3 Pilotage de la performance économique et financière d'une B.U.	<b>Evaluations pédagogiques</b>	<b>Modalités</b>	<b>Examineur</b>
	Business Game	Ecrit + Oral	Centre
	Pilotage et performance	Contrôle des connaissances	Centre
BLOC 4 Management des équipes et des projets de la B.U.	<b>Evaluations pédagogiques</b>	<b>Modalités</b>	<b>Examineur</b>
	Rapport de management	Ecrit + Oral	Centre
	Management	Contrôle des connaissances	Centre
BLOC 5 Développement du Retail Management	<b>Evaluations pédagogiques</b>	<b>Modalités</b>	<b>Examineur</b>
	Projet de développement de business retail en multicanal	Ecrit	Centre
	Manager Retail	Contrôle des connaissances	Centre
BLOC 6 Développement du Wholesale Management	<b>Evaluations pédagogiques</b>	<b>Modalités</b>	<b>Examineur</b>
	Projet de développement de business wholesale en multicanal	Ecrit	Centre
	Pecha Kucha	Ecrit + Oral	Centre
	Manager Wholesale	Contrôle des connaissances	Centre
Evaluations transverses	<b>Evaluation professionnelle des compétences métier et comportementales</b>	<b>Modalités</b>	<b>Examineur</b>
	Evaluation des compétences en situation de travail	Grille	Entreprise
	<b>Evaluation professionnelle des compétences métier et comportementales</b>	<b>Modalités</b>	<b>Examineur</b>
	Auto-évaluation de l'apprenant dans le processus d'évaluation	Grille	Apprenant
	<b>Evaluation des compétences comportementales</b>	<b>Modalités</b>	<b>Examineur</b>
	Evaluation des compétences comportementales en Centre	Grille	Centre
	<b>DOSSIER D'EXPERTISES PROFESSIONNELLES</b>		