

LA FORMATION

4 blocs d'enseignement :

Objectifs et missions :

Bloc A : Stratégie marketing

Contribuer à définir la stratégie marketing et assurer sa mise en œuvre :

- Analyser le positionnement d'une offre sur le marché
- Identifier des réseaux, canaux et circuits de distribution
- Elaborer, mise en œuvre et évaluation d'un plan de communication intégrant le digital
- Promouvoir l'offre de l'entreprise en France et à l'étranger

Bloc B : Politique commerciale

Participer à la politique commerciale et commercialiser l'offre de l'entreprise :

- Elaborer, mise en œuvre et évaluation d'un plan d'actions commerciales
- Mener une négociation commerciale sur un marché français ou à l'étranger
- Gérer un portefeuille clients, fidélisation et prospection

Bloc C : Gestion budgétaire et analyse financière

Maîtriser les fondements de la gestion budgétaire et de l'analyse financière

- Analyser des documents comptables et financiers d'une entreprise
- Mettre en œuvre et renseigner les indicateurs de gestion
- Elaborer un budget, assurer le suivi et l'évaluation

Bloc D : Manager un projet, une activité, une équipe

Piloter un projet/une équipe : le management agile et responsable

- Piloter un projet
- Constituer et manager une équipe au quotidien
- Evaluer les résultats individuels et collectifs

Les langues :

LV1 : anglais (TOEIC)

LV2 : allemand/espagnol/chinois (WIDAF/ELYTE/HSK)

Les projets :

1^{ère} année : Projet Opérationnel de Travail en Equipe (POTE), de l'idée à sa concrétisation

2^{ème} année : Création d'entreprise – l'étude de marché, de l'émergence du projet à la partie commerciale

3^{ème} année : Création d'entreprise – le business plan, de l'élaboration du dossier financier à sa présentation au jury final

Les challenges du réseau national

2^{ème} année :

- EGCiales : mettre en avant ses talents de négociateurs
- E-business : mettre en avant sa créativité

Les stages

1^{ère} année : Stage de découverte (3 semaines)

Stage action commerciale (9 semaines)

2^{ème} année : Stage à l'international (18 semaines)

3^{ème} année : Stage de fin d'études (26 semaines)

La formation : méthodes et évaluation

Validation par semestre : 30 crédits (ECTS) par semestre
La validation de l'année est subordonnée à l'obtention des 2 semestrialités – soit 60 crédits (ECTS)

Diplomation : validation des 6 Semestres, soit 180 crédits (ECTS)

+ validation du TOEIC avec un score de 550 minimum

Taux de réussite de 95 % en moyenne chaque année

Taux d'insertion professionnelle de 90% dans les 6 mois

DEROULEMENT DE LA FORMATION

Public

Bachelier de moins de 26 ans (au 1^{er} janvier de l'année du concours) et ressortissant de l'Union Européenne

Accessibilité aux personnes porteuses de Handicap

Tous les sites sont accessibles

Le parcours pédagogique peut être individualisé sur étude avec le référent handicap

Prérequis

Pour une entrée en 1^{ère} année : titulaire du baccalauréat

Pour une entrée en 3^{ème} année : titulaire du BAC+2 (120 ECTS)

Validation

Un bachelor, diplôme BAC+3 visé par le Ministère de l'Enseignement Supérieur de la Recherche et de l'Innovation

Un double diplôme international, Bachelor in Business and Management (750 points au TOEIC)

Titre RNCP : Responsable en Marketing Commercialisation et Gestion

VAE : accessible

Durée et rythme du cursus

1^{ère} année : 1120 heures, dont 420 heures en stage

2^{ème} année : 1330 heures, dont 630 heures en stage

3^{ème} année : 1410 heures, dont 910 heures en stage

Modalités d'admission

Pour une entrée en 1^{ère} année : admission sur concours

Pour une entrée en 3^{ème} année (admission parallèle) : tests de positionnement et entretien

Tarifs

5500 € par année de formation

Inscription en ligne

www.parcoursup.fr

Lieu et contact

Pôle Formation NORD
EGC Réunion

12, rue Gabriel de Kerveguen

97495 Sainte-Clotilde Cedex

0262 48 35 12 – egc@reunion.cci.fr

Informations complémentaires sur le site internet :

www.egc-reunion.re



CONTENU DE LA FORMATION

Bloc A :

- Marketing : fondamentaux, mix et stratégique
- Marketing de la distribution
- Stratégie digitale
- Plan de communication
- Supply chain

Bloc B :

- Indicateurs de la performance commerciale
- Techniques de vente
- Prospection
- Négociation
- Gestion de la relation clients
- Commerce international
- Plan d'action commerciale

Bloc C :

- Comptabilité générale
- Outils / contrôle de gestion
- Droit de l'entreprise
- Analyse financière
- Rentabilité des investissements
- Fiscalité de l'entreprise

Bloc D :

- Enjeux économiques des territoire
- Pilotage de projet
- Management agile et responsable
- Communication professionnelle
- Développement personnel (soft skills)
- GRH et GPEC
- Leadership et efficacité



POINTS FORTS : Unique business school à La Réunion, une école 100% connectée à l'entreprise, formateurs issus du monde de l'entreprise ; ouverte sur le monde, 1 an de stage à La Réunion et à l'international ; des partenariats avec des universités et des écoles étrangères ; des projets collaboratifs et individuels ; un réseau national de 20 000 diplômés...