



ÉCOLE SUPÉRIEURE
DE COMMERCE
EN ALTERNANCE



TITRE I

MANAGER COMMERCIAL ET MARKETING

BAC +5 - Titre homologué au RNCP - Niveau I

DURÉE 2 ANS

La mission principale du Manager Commercial et Marketing est de détecter et concevoir des solutions sur-mesure répondant aux besoins de ses clients, rentables pour leurs marchés ainsi que pour son propre cabinet.

PRÉREQUIS

ÊTRE TITULAIRE :

- D'un bac+3
- D'un diplôme de niveau 6

POSSIBILITÉS D'ADMISSION

- Alternance en contrat d'apprentissage

Conditions d'admission: Dossier de candidature, entretien de motivation, test de positionnement



ÉCOLE SUPÉRIEURE DE COMMERCE EN ALTERNANCE

13 route de Rouen 14130 Pont l'Évêque - 02 61 53 08 29
contact@esca-normandie.fr - www.esca-normandie.fr



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Édition 2026





TITRE I

MANAGER COMMERCIAL ET MARKETING

BAC+5 - Titre homologué au RNCP - Niveau 7

DURÉE 2 ANS

LES MISSIONS

- Veille économique et stratégique du marché
- Gestion des grands comptes de l'entreprise
- Développement de la stratégie globale
- Management du développement commercial
- Piloter le développement commercial et évaluer l'aspect financier du centre de profit
- Optimiser l'activité du centre de profit

LES DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

- Manager commercial
- Manager marketing
- Cadre commercial
- Commercial grands comptes
- Responsable commercial et marketing
- Chef de secteur
- Directeur d'agence
- Ingénieur commercial / d'affaires
- Manager des ventes
- Directeur de la clientèle

LE PROGRAMME

- **Bloc 1** : Elaborer la stratégie commerciale et marketing
- **Bloc 2** : Mettre en oeuvre la politique commerciale
- **Bloc 3** : Manager une équipe et un réseau commercial
- **Bloc 4** : Mesurer la performance commerciale

Épreuves	Compétences
Bloc 1 : Élaborer la stratégie commerciale et marketing	• Comprendre les choix stratégiques de l'entreprise • Analyser la stratégie • Définir des objectifs commerciaux • Identifier les concurrents directs et indirects
Bloc 2 : Mettre en oeuvre la politique commerciale	• Identifier les cibles commerciales • Analyser et comprendre la structure de son portefeuille client • Élaborer un plan d'actions commerciales
Bloc 3 : Manager une équipe et un réseau commercial	• Maîtriser les canaux de prospection • Interagir avec ses prospects • Engager des actions de social selling • Élaborer une stratégie de "mapping"
Bloc 4 : Mesurer la performance commerciale	• Sélectionner les indicateurs de performance • Piloter le développement commercial • Analyser la stratégie commerciale