



ASTERIA

HOSPITALITY MANAGEMENT BUSINESS SCHOOL

LIVRET PÉDAGOGIQUE

**RESPONSABLE DE DEVELOPPEMENT
COMMERCIAL FRANCE ET
INTERNATIONAL**

BAC+3 année 2023/2024



DESCRIPTIF DE FORMATION

Le titre RNCP 35150 – Niveau 6 « **Responsable du développement commercial France et International** » code NSF – 312p, **contextualisé dans les domaines de l’hôtellerie, la restauration et le tourisme** s’effectue sur **une année de formation**. Celle-ci est découpée en bloc de compétences contenant pour chacun différentes matières répondant aux attendus des blocs de compétences du titre.

ACTIVITÉS VISÉES

Le responsable du développement commercial France et International contribue au déploiement des axes commerciales de l’entreprise, à la pérennisation de celle-ci, et à l’amélioration de son organisation. Afin de développer leur chiffre d’affaires, les entreprises ont la nécessité de fidéliser les clients mais également d’en conquérir de nouveaux. Pour y parvenir, elles définissent et mettent en œuvre une stratégie marketing et commerciale. Elles sont donc à la recherche de profils capables à la fois de piloter le processus de vente auprès des clients et prospects, et de mettre en place des actions marketing en phase avec leur marché.

Le titulaire de diplôme aura pour objectif de piloter les actions commerciales d’une entreprise, de savoir manager ses équipes, de veiller à adapter l’offre commerciale en fonction de l’évolution du marché et de mener des négociations commerciales complexes avec des prestataires et/ou grands comptes.

Il/elle est garant du développement commercial. De ce fait, il/elle est l’intermédiaire entre les collaborateurs et les managers avec lesquels il/elle est en interaction en France et à l’International. La maîtrise de l’Anglais est indispensable.

Il/Elle peut exercer son activité **dans les domaines de l’hôtellerie, restauration et le tourisme** dans un premier temps.

Le/la responsable du développement commercial France et International spécialisé dans les domaines de l’hôtellerie, la restauration et le tourisme exerce tout particulièrement dans les secteurs de l’hôtellerie et la restauration, mais peut également exercer dans les secteurs marchands et dans tous les types d’activités (industrie, services, commerce).

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Bloc 1 : Assurer une veille commerciale, concurrentielle, technologique et définir les plans d'actions marketing en France et à l'international.

- Il/Elle assure une veille commerciale, concurrentielle et technologique en France et à l'international afin d'analyser les informations portant sur les marchés, les produits / services et les concurrents.
- Il/Elle réalise une étude de marché afin de mettre en place une segmentation prospects / clients / produits / services adaptés aux marchés de l'entreprise en utilisant les outils du diagnostic stratégique
- Il/Elle utilise les outils du marketing digital pour mettre en œuvre le plan d'action marketing en France et à l'international afin de mettre en œuvre une stratégie digitale innovante.

Bloc 2 : Détecter les opportunités commerciales et développer un portefeuille clients France et international

- Il/Elle définit un plan d'action commerciale en France et à l'international afin d'identifier la cible prospects / clients et les besoins nouveaux de la clientèle.
- Il/Elle lance le développement commercial en mettant en place le(s) mode(s) de commercialisation adapté(s) aux clients / pays afin de promouvoir des solutions commerciales collaboratives.
- Il/ Elle élabore les propositions commerciales et répond aux appels d'offres nationaux et internationaux afin de répondre aux exigences commerciales, techniques et financières des acheteurs.

Bloc 3 : Négocier, mettre en place les contrats et partenariats

- Il/Elle négocie en France et à l'international avec les partenaires du réseau de commercialisation en vue d'accords commerciaux et signatures de contrats en s'adaptant aux interlocuteurs et aux différences culturelles Il/Elle conquière des prospects et fidéliser son portefeuille client et les clients grands comptes en mettant en place des actions commerciales spécifiques.
- Il/Elle met en place les contrats en France et à l'international afin de formaliser les accords commerciaux et / ou de partenariat et prévenir les litiges commerciaux en adaptant les différentes clauses commerciales, logistiques, financières et juridiques aux clients / pays.

- Il/Elle développe des partenariats en France et à l'international afin de créer des relations d'affaires durables et suivre leur évolution en étant garant du chiffre d'affaires et de la marge commerciale développés par son réseau de partenaires

Bloc 4 : Manager une équipe commerciale et suivre les performances commerciales en France et à l'international

- Il/Elle pilote et anime une équipe commerciale en vue d'atteindre les objectifs de vente en motivant et professionnalisant ses équipes.
- Il/Elle encadre et anime les réseaux commerciaux afin de construire des relations commerciales fortes et de créer des partenariats de qualité.
- Il/Elle suit les performances commerciales et analyse les écarts afin d'apporter les actions correctives nécessaires et d'en assurer le reporting auprès de la direction.

DÉSIGNATION DU MÉTIER ET DES FONCTIONS

Le/La responsable de développement commercial France et International est capable :

- De piloter une unité commerciale ou un département ou de seconder le ou la dirigeante d'une PME sur le plan marketing, commercial, et management.
- De développer un portefeuille client
- De manager les collaborateurs et de les accompagner dans le développement de leurs compétences
- De prendre les décisions en cas de dysfonctionnement de son département ou unité ou de départements de l'entreprise.

Selon la taille de l'entreprise, **le/la titulaire du titre de « Responsable de développement commercial France et International »** peut être amené(e) à occuper les fonctions suivantes :

- Responsable de service
- Responsable commercial
- Business développer ou créateur d'entreprise
- Responsable des ventes
- Chef de projet

- Chargé(e) de développement commercial
- Chargé(e) de mission ou chargé d'affaires
- Attaché(e) commercial ou Technico-commercial

LE PUBLIC VISÉ ET LES PRÉQUIS

- Le candidat doit être titulaire d'un BTS, d'un DUT ou Titre RNCP de niveau 5, dans les filières vente, administratif, marketing, gestion, RH...
- Le candidat non titulaire d'un diplôme ou titre susmentionné, mais justifiant de plus de 2 années d'expériences dans des postes d'administratifs, gestionnaire ou de relations commerciales peut être admis sous réserve des conditions d'admission.

L'admission (quelle que soit la voie) se fait sur dossier, tests écrits et entretien de motivation.

Le candidat à la formation doit attester de son niveau par un diplôme ou une attestation de réussite.

Pour les diplômes étrangers, une attestation du CIEP sera automatiquement à fournir pour attester de l'équivalence du niveau.

NB : un candidat qui ne serait pas en mesure de prouver qu'il remplit les conditions nécessaires d'admission, dans le mois qui suit le démarrage de sa formation, ne pourrait être maintenu au sein de l'établissement dispenseur de la formation.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- **Un enseignement pratique** : des connaissances acquises grâce à l'alternance des cours, de conférences, d'e-formation, de travail en équipe privilégiant l'autonomie et la responsabilité.
- **Un encadrement performant** : formateurs, conférenciers et consultants spécialisés interviennent en qualité de professionnels pour dispenser un enseignement de haut niveau.
- Un **ordinateur portable** est requis durant votre parcours de formation pour suivre vos cours et pouvoir vous connecter sur des séances de cours en visio (exceptionnelle).
- Vous aurez accès à un compte Office 365 dont l'outil TEAMS pour les éventuels cours en visio (le téléphone portable est proscrit pour suivre les cours).
- Un service de support en ligne sera à votre disposition via un tchat ou via le mail suivant : support@collegedeparis.fr.

TYPES DE STATUTS POSSIBLES

- Une formule d'alternance sous statut salarié : vous êtes salarié de l'entreprise en contrat de professionnalisation ou en contrat d'apprentissage. Vous percevez une rémunération comprise entre 41% et 100% du SMIC conventionné. Votre formation est financée par l'entreprise d'accueil.
- La convention école-entreprise : vous intégrez une entreprise dans le cadre d'un stage longue durée et vous percevez une gratification minimale de 15% du plafond horaire de la Sécurité sociale au prorata du temps passé en entreprise. L'entreprise peut prendre en charge le coût de votre formation.
- La formule initiale : vous acquérez progressivement une expérience professionnelle dans le cadre de stages et vous pouvez percevoir une gratification minimale de 15% du plafond horaire de la Sécurité sociale au prorata du temps passé en entreprise. Les frais de formation sont à votre charge.

L'INSERTION PROFESSIONNELLE

- **Les objectifs**

Favoriser l'emploi en procurant les outils nécessaires à une embauche dans l'entreprise ou la structure d'accueil ou dans une autre entreprise : titre, panel de compétences, preuves d'activité professionnelle (travail collaboratif, initiatives...), connaissances techniques du métier (techniques, stratégiques et politiques), preuves de performance et de résultats, développement (innovations, remise en cause, modernité ...)

Un titré doit être opérationnel et prouver sa motivation dans le métier préparé. Il doit être capable de répondre aux besoins des entreprises et au niveau attendu. Il doit faire preuve de réflexion, d'analyse, d'innovation, de curiosité, de vision globale. Il doit préparer pendant sa formation son plan de carrière et quitter son école en ayant intégré l'amélioration permanent de son portefeuille de compétences.

Moyens de vérification : Les postes occupés par les titrés

Après la formation

- Satisfaction globale : %
- Nombre de stagiaires :
- Taux d'insertion professionnelle : %
- Taux d'abandon : %
- Taux d'obtention du diplôme : %
- % de contrats CDI après 6 mois

Pendant la formation :

- Suivis en entreprise
- Accompagnements personnalisés
- Ateliers Vie Professionnelle (AVP)
- Outils numériques
- Réseau Alumni (RA)

Plus d'information sous : <https://www.inserjeunes.education.gouv.fr/diffusion/accueil>

La CNCP demande l'insertion à la sortie de la formation (6 mois) puis les emplois suivants (situation annuelle), selon ses critères : Fonction dans le métier / Type de contrat : CDD, CDI / Statut : cadre ou assimilé / Salaires moyens.

- **Le suivi**

Dans les trois mois suivant la date de délivrance du titre, ASTERIA doit contacter les anciens élèves pour l'enquête d'insertion professionnelle. Pour ce faire, le diplômé s'engage à fournir les informations demandées.

Cycle B+3

Titre de niveau 6				
"Responsable de développement commercial France et International"				
3ème année	Heures FFP*	Evaluations intermédiaires	Evaluation(s) finale(s)	
Bloc 1 - Assurer une veille commerciale, concurrentielle, technologique et définir les plans d'actions marketing en France et à l'international	156,5			
CT : Introduction au bloc de compétences, training et révisions	3,5		Etude de cas de fin de bloc 3,5h	
Veille commerciale digital	21		Dossier professionnel (20 p) et soutenance devant un jury professionnel. L'évaluation se fait en groupe de 2 candidats. Objectif : réaliser une étude de marché qui intègre les points de veille : commercial, concurrentiel et technologique Soutenance : 20 m + 10 m questions / réponses	
Plan d'action marketing France et International digital	35			
Marketing digital	21			
Préparation du dossier de certification	14			
<i>CT : Parcours de spécialisation</i>	20			
<i>CT : Anglais</i>	24			
<i>CT : marketing-communication</i>	8			
<i>CT : Rapport d'activités</i>	10	Fin de parcours		
<i>CT : Outils d'insertion professionnelle</i>				
Bloc 2 – Détecter les opportunités commerciales et développer un portefeuille clients France et international	145			
CT : Introduction au bloc de compétences, training et révisions	3,5		Etude de cas de fin de bloc 7h	
Développement commercial (le plan d'action commercial & la mise en oeuvre d'une stratégie commerciale)	35		Modalité 1 : Dossier professionnel (20 p) et soutenance devant un jury professionnel. L'évaluation se fait en groupe de 2 candidats. Objectif : préparer un plan de développement commercial France et international sur un couple produit / service / pays. Les candidats doivent mener une étude	
Proposition commerciale	21			
Appels d'offres	21			
Préparation du dossier de certification	10,5			
<i>CT : Parcours de spécialisation</i>	20			
<i>CT : Anglais</i>	24			

			complète dans le but de commercialiser un produit sur un marché donné. Soutenance : 20 m + 10 m questions / réponses Modalité 2 : étude de cas individuelle portant sur la rédaction d'une proposition commerciale France et international (3 heures)
<i>CT : Rapport de compétences</i>			Fin de parcours
<i>CT : Outils d'insertion professionnelle</i>	10		
Bloc 3 - Négociateur, mettre en place les contrats et partenariats	145		
CT : Introduction au bloc de compétences, training et révisions	3,5		Etude de cas de fin de bloc 7h Modalité 1 : Mise en situation professionnelle avec jeux de rôle et scénarios de négociation commerciale France et international par groupe de candidats Durée : 30 m Modalité 2 : étude de cas individuelle portant sur l'analyse d'un contrat commercial France ou international (3 heures)
négociation commerciale et pratiques interculturelles	35		
Contexte juridique et pratiques interculturelles	35		
Préparation étude de cas	17,5		
<i>CT : Parcours de spécialisation</i>	20		
<i>CT : Anglais</i>	24		
<i>CT : Rapport d'activités</i>			
<i>CT : Outils d'insertion professionnelle</i>	10		Fin de parcours
Bloc 4 : Manager une équipe commerciale et suivre les performances commerciales en France et à l'international	145		
CT : Introduction au bloc de compétences, training et révisions	4		Etude de cas de fin de bloc 3,50h Etude de cas individuelle sur le management et le suivi des performances commerciales (3 heures) Anglais Modalité 1 : Préparation TOEIC (épreuve facultative) Modalités 2 : Mise en situation professionnelle portant sur les différentes compétences du RDC FI MODULE 5 : ANGLAIS PROFESSIONNEL 105h Anglais professionnel : 10 séances de 3,5h (35h)
Management d'équipe	42,5	Dossier	
Contrôle de l'activité commerciale	24,5	Dossier	
Préparation étude de cas	7	1.50	
<i>CT : Parcours de spécialisation</i>	20	Dossier	

			Cf ouvrage de référence : Boostez votre anglais professionnel - 2020 Elvis BUCKWALTER – Patricia LEVANTI - Eyrolles Préparation au TOEIC Préparation au TOEIC (Test of English for International Communication) – 12 séances de 3,5h (42h) Tests blancs TOEIC , évaluations, examens - 28h Rapport d'activités : Dossier et soutenance (40 m)
<i>CT : Droit social et du travail</i>	12	CC	-
<i>CT : Anglais</i>	25	CC	Fin de parcours
<i>CT : Rapport d'activités</i>	10	Fin de parcours	
<i>CT : Outils d'insertion professionnelle</i>			
Semaine intensive : création d'entreprise	42.5		
TOTAL	591.50		
* Heures à titre indicatives			

PROGRAMME DE FORMATION

Bloc 1 – Assurer une veille commerciale, concurrentielle, technologique et définir les plans d’actions marketing et France et à l’International

Veille commerciale

Objectifs pédagogiques

- Analyser des données issues d'une veille et utiliser les outils de diagnostic adapté
- Savoir collecter, traiter, analyser et diffuser des informations – outils de l'intelligence économique

Contenu

- La démarche de l'intelligence économique
- La typologie de l'information (blanche, grise, noire, stratégique)
- Le cycle de l'information et sa collecte :
 - o identification des besoins
 - o élaboration du plan de recherche
 - o recherche, collecte et traitement des informations
 - o indexation et suivi diffusion des informations
 - o Les méthodes de collecte
 - o les cabinets spécialisés
 - o les partenaires fiables
 - o les salons, colloques, conférences
 - o les enquêtes d'opinion
 - o l'internet participatif
 - o les réseaux sociaux
- La collecte, le traitement et la diffusion des informations liés à l'environnement commercial

Modalité(s) d'évaluation du module

- 1 contrôle continu possible toutes les 10 heures de module

Plan d'actions marketing France et International

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les missions du marketing stratégique et la démarche de positionnement
- Analyser la stratégie globale marketing d'une entreprise et porter un regard critique
- Proposer des nouvelles stratégies commerciales en fonction de l'évolution de l'environnement

Contenu

- Définitions et origines du marketing, les différents concepts, cultures du marketing
- Comment effectuer une stratégie marketing ?
- Les macro et micro-environnements : les modèles PESTEL / PORTER ▪ Analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces)
- Le plan marketing national et international

Modalité(s) d'évaluation du module

- 1 contrôle continu possible toutes les 10 heures de module

Marketing digital

Objectifs pédagogiques

- Analyser une stratégie marketing digitale face à la concurrence et identifier les forces et les faiblesses
- Proposer des axes d'amélioration / de nouveauté pour accroître la visibilité de l'entreprise
- Assurer une veille de l'e-réputation de l'entreprise et préconiser des actions de perfectionnement

Contenu

- Les fondamentaux, la stratégie de contenu au cœur du dispositif digital.
- Le Search (SEO, SEA, SMO), les partenariats et l'affiliation
- Le display et l'e-mailing
- Les influenceurs et le social média

Modalité(s) d'évaluation du module

- 1 contrôle continu possible toutes les 10 heures de module

Parcours de spécialisation

Anglais

Rapport d'activités

Outils d'insertion professionnelle

Bloc 2 – Détecter les opportunités commerciales et développer un portefeuille clients France et International

Développement commercial (le plan d'action commerciale et la mise en œuvre d'une stratégie commerciale)

Objectifs pédagogiques

- Elaborer un plan d'action commerciale : cibles, objectifs
- Mettre en œuvre une stratégie commerciale

- Créer une offre commerciale en fonction des pays
- Développer son activité

Contenu

- Définition des cibles commerciales et objectifs commerciaux
- Segmentation du portefeuille prospects / clients / produits / services
- Évaluation et qualification des prospects
- Obtention de RDV commerciaux qualifiés - Gestion de la relation client (Utilisation d'un CRM)
- Sélection des méthodes de prospection adéquates
- Établissement des budgets commerciaux
- Création et animation du réseau commercial
- Organisation de l'équipe commerciale
- Définition de la taille optimale de la force de vente et sélection des profils internes et externes
- Sectorisation la force de vente externe
- Choix et mise en place d'un réseau de commercialisation France / international

Modalité(s) d'évaluation du module

- 1 contrôle continu possible toutes les 10 heures de module

Proposition commerciale

Objectifs pédagogiques

- Savoir rédiger une offre commerciale

Contenu

- L'offre commerciale et ses clauses adaptées aux prospects / clients
- La construction des conditions générales de vente adaptées aux clients / zones géographiques
- Le calcul du prix de vente export en fonction de l'Incoterm
- calcul du coût de revient
- les coûts variables, fixes –
- les coûts directs, indirects
- calcul du prix en intégrant les frais commerciaux, logistiques, financiers

Modalité(s) d'évaluation du module

- 1 contrôle continu possible toutes les 10 heures de module
- 1 évaluation de fin de module sous la forme d'un écrit individuel pouvant prendre la forme d'un contrôle de connaissances, d'un cas pratique, d'une question ouverte de réflexion, ...
- 1 étude de cas de fin de bloc pouvant intégrer tout ou partie du module

Les appels d'offres

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les spécificités de l'appel d'offres international
- Anticiper et préparer la réponse aux appels d'offres
- Répondre à un appel d'offres international

Contenu

- l'appel d'offres public de l'appel d'offres privé
- les spécificités de l'appel d'offre (acteurs, secteurs, concurrence, durée, juridique, technique, financements et paiements, risques)
- le cycle de vie de l'appel d'offres international
- la rédaction des cahiers des charges technique et fonctionnel
- les sources d'émission des appels d'offres la pré-qualification aux appels d'offres,
- la décision de répondre à un appel d'offres

- le management du projet : répartir le travail en interne, créer le plan de travail, proposer un protocole aux différents partenaires
- la rédaction de la proposition : dispositions techniques, clauses juridiques et commerciales ; le poids du cahier des charges
- la remise des « plis », participer à leur ouverture, comprendre les critères de choix et l'état de la concurrence

Modalité(s) d'évaluation du module

Parcours de spécialisation

Anglais

Rapport d'activités

Outils d'insertion professionnelle

Bloc 3 – Négocier, mettre en place les contrats et partenariats

Négociation commerciales et pratiques interculturelles

Objectifs pédagogiques

- Mettre en place une stratégie de négociation
- Construire les étapes de la négociation
- Connaître les concepts-clés de l'interculturel et les différents styles de négociateurs étrangers

Contenu

- check-list des clauses à négocier
- construction d'un argumentaire de négociation
- préparation et conduite de la négociation commerciale
- pratique de l'écoute active
- argumentation des demandes
- analyse des différents styles de négociation
- la négociation à distance (utilisation des outils de visioconférence)
- définitions et fonctions de la culture
- typologie des cultures o les différences interculturelles et la négociation
- les différents styles de négociateurs étrangers : Anglophones, Allemands, Suédois, Italiens, Espagnols, Brésiliens, Russes, Chinois, Japonais...

Modalité(s) d'évaluation du module

- 1 contrôle continu possible toutes les 10 heures de module

Contexte juridique et pratiques interculturelles

Objectifs pédagogiques

- Savoir analyser les risques internationaux et sécurisation des opérations commerciales internationales
- Connaître le contexte juridique
- Construire son contrat

Contenu

- Les risques : commerciaux, politique, logistique, douanier, juridique

- Contexte juridique : loi applicable au contrat - formation du contrat - exécution contractuelle - force majeure et hardship - limitation de la responsabilité contractuelle - clauses pénales - résiliation / résolution - règlement des conflits
- Les types de contrats : contrat de vente - contrats d'agent - contrat de distribution - contrat de licence...
- Le modèle de contrat :
 - les contractants
 - objet du contrat
 - montant du contrat
 - conditions de livraison
 - conditions de facturation
 - conditions de paiement
 - garanties financières
 - garanties techniques
 - transfert de propriété
 - force majeure o règlement des litiges
 - entrée en vigueur

Modalité(s) d'évaluation du module

- 1 contrôle continu possible toutes les 10 heures de module

Parcours de spécialisation**Anglais****Rapport d'activités****Outils d'insertion professionnelle****Bloc 4 – Management d'une équipe commerciale et suivre les performances en France et à l'international****Management d'équipe****Objectifs pédagogiques**

- Appréhender les différents profils de collaborateurs pour développer le bon positionnement managérial
- Animer une équipe commerciale en choisissant les bons outils
- Accompagner / évaluer / dynamiser une équipe commerciale autour des objectifs individuels et collectifs
- Désamorcer et gérer une situation de conflit

Contenu

- Recrutement, formation et professionnalisation d'une équipe commerciale
- définir des objectifs collectifs et individuels aux collaborateurs
- définir les missions des collaborateurs
- adapter son style de management o respecter les principes du management responsable
- conduire une réunion d'équipe
- gérer les conflits
- promouvoir la conduite du changement

Modalité(s) d'évaluation du module

- 1 contrôle continu possible toutes les 10 heures de module

Contrôle de l'activité commerciale

Objectifs pédagogiques

- Piloter l'activité commerciale

Contenu

- Suivi des résultats commerciaux par zone géographique, par canal, par équipe...
- Analyse, interprétation des résultats et mise en place des actions correctives
- Présentation des résultats à la direction commerciale

Modalité(s) d'évaluation du module

- 1 contrôle continu possible toutes les 10 heures de module

Parcours de spécialisation

Anglais

Rapport d'activités

Outils d'insertion professionnelle

Compétences transverses

Parcours de spécialisation

Dans le cadre du parcours de spécialisation choisi, le candidat approfondira des notions spécifiques du métier en corrélation avec la certification préparée.

Spécialisation cuisine (20 heures)

- Bloc 1 : Les bases en cuisine
- Bloc 2 : L'alternative végétale
- Bloc 3 : Optimisation par les nouvelles techniques

Spécialisation restauration (20 heures)

- Bloc 1 : Les arts de la table
- Bloc 2 : Sommellerie et initiation à l'œnologie
- Bloc 3 : Le show cooking

Spécialisation hôtellerie (20 heures)

- Bloc 1 : L'accueil et la conciergerie
- Bloc 2 : La gestion efficace des réservations
- Bloc 3 : Les services d'excellence « chambre »

Atelier pratique : astuces pour réussir ces évaluations (8h)

Parcours Marketing – Communication (8h)

- Identité de marque ou
- Marketing expérientiel (CX) ou
- Web marketing ou
- Marketing international

Parcours Droit social et du travail (12h)

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser les fondamentaux du droit du travail pour encadrer et planifier les équipes
- Intervenir dans la constitution des éléments et répondre aux questionnements des collaborateurs
- Accompagner l'entreprise dans sa gestion de la non-discrimination et de l'égalité professionnelle

Contenu

- Introduction : la définition du droit social (de la couverture du droit du travail au droit à la sécurité sociale), la distinction entre le droit privé et le droit public, l'encadrement de la relation de travail entre salariés et employeurs (les notions de droits et d'obligations)
- Rappel : les différentes sources du droit du travail (constitution et droit européen, code du travail, convention collective, accord de branche, règlement intérieur, contrat de travail, jurisprudence)
- Les composants du droit du travail : le contrat de travail, la rémunération, la durée du travail, les congés, la discipline, le licenciement, l'emploi, la formation, la sécurité et la santé au travail, la négociation collective, la grève et la représentation du personnel
- Les différentes formes de contrats, le temps de travail, le calcul des heures supplémentaires, des congés
- Les clauses du contrat (période d'essai, la mobilité, non-concurrence, confidentialité, dédit-formation) et la rupture de contrat (formes, cadre légale, indemnités)
- La discrimination, l'égalité professionnelle (analyse, prévention et plan d'actions)

Option Allemand (45 heures) à distance

Objectifs pédagogiques

- Conforter le vocabulaire technique acquis dans les formations antérieures
- Acquérir de nouvelles notions en langue étrangère
- Accroître sa culture générale et se présenter

Contenu

- Se présenter à l'oral et à l'écrit dans un contexte professionnel en langue étrangère
- Le vocabulaire technique lié aux blocs de compétences métiers du titre
- L'études de documents/vidéo/support audio en anglais
- La restitution orale en langue étrangère d'une pensée / d'une recherche
- L'approche thématique de la culture professionnelle anglo-saxonne dans les domaines du titre
- Les outils et techniques de communication professionnelle dans le métier préparé

Modalité(s) d'évaluation du module

- 1 contrôle continu dans le cas où le volume du module serait égal ou supérieur à 10h00 sous forme d'évaluation des connaissances : exposé oral, réponse structurée à une question posée, rédaction structurée, dossier de recherche, ...

Rapport d'activités (dans le cadre du stage en entreprise)

Objectifs pédagogiques

- Analyser un contexte professionnel réel
- Se positionner dans une organisation et dans un cadre de travail
- Recenser ses activités et missions professionnelles pour établir ses compétences

Contenu

- Interviewer 2 à 3 professionnels du métier préparé pour comprendre le contexte professionnel
- Présenter et analyser l'entreprise d'accueil
- Analyser le contexte de distribution/vente, de commercialisation, de communication de l'entreprise

- Présenter la stratégie organisationnelle de l'entreprise dans son contexte concurrentiel
- Illustrer l'organisation interne et se positionner à l'intérieur
- Réaliser une fiche de compétences pour chacun des blocs de certification (3)
- Mettre en place un projet concernant un ou plusieurs blocs de compétences et portant sur une problématique observée, commandée ou diagnostiquée avec la mise en œuvre de solutions et de réalisations

Modalité(s) d'évaluation du module

- Un dossier écrit de 20 pages (hors annexe et fiches de compétences)
- Un support de présentation assistée par ordinateur
- Un grand oral de fin de formation de 40 minutes

Exemple d'activités dans les différentes catégories

Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3
Activités ponctuelles 10 points	Activités extra-professionnelles 20 points	Activités extra-scolaires 30 points
Journée portes ouvertes	Membre du B.D.E	Coaching professionnel
Session d'admission	Conférences métier	Apprentissage par les échecs
Participation salons étudiants	Open innovation	
Portrait / interviews	Parrainages étudiants	
Correspondant Event	Organisation évènement	...

Modalité(s) d'évaluation du module

- Une restitution sous format informatique des différentes fiches d'insertion professionnelle
- Une présentation synthétique dans le cadre de l'introduction au grand oral de fin de parcours

Le candidat cumulera des P.O.P (Points d'Outils Professionnels), dans la limite de 60 points maximum par année) qui seront visés par le formateur référent du module ou par un référent d'école en fonction de l'appréciation obtenu par le commanditaire ou le certificateur. Ces points seront reportés ensuite sur 20 pour établir la notation finale du module.

Outils d'insertion professionnelle

Objectifs pédagogiques

- Mener des activités ponctuelles dédiées à valoriser son expérience et ses connaissances
- S'investir dans des activités extra-professionnelles pour acquérir de nouvelles compétences
- Préparer des activités extra-scolaires afin de certifier son niveau de connaissance

Contenu

- Faire le point sur ses connaissances et compétences à l'entrée du titre
- Réfléchir sur son projet professionnel à court, moyen et long terme
- Faire des recherches sur les attendues du/des métier(s) visé(s)
- Elaborer son plan d'action des activités à mener
- Réaliser une fiche par mission réalisée (voir modèle fourni)
- Rédiger en conclusion l'apport professionnel et personnel de ces différentes activités

MODALITES D'EVALUATION

Bloc 1 : Assurer une veille commerciale, concurrentielle, technologique et définir les plans d'actions marketing en France et à l'international

Dossier professionnel donnant lieu à un dossier de 20 pages et une soutenance orale (20 mn + 10 mn questions) devant un jury professionnel.

L'évaluation se fait en groupe de 2 candidats. Les candidats ont à réaliser une étude de marché qui intègre les points de veille : commercial, concurrentiel et technologique

Critères d'évaluation :

- L'analyse du contexte macro et micro environnement est synthétique, représentative et argumentée.
 - L'organisation de la collecte d'informations est suffisante et adaptée à la situation.
 - Les concurrents relevant du secteur d'activité et positionnement de l'entreprise sont clairement identifiés.
 - Le candidat utilise des outils d'analyse appropriés : stratégies de Porter, Go no Go, Bid no Bid, PESTEL, SWOT...
 - Le candidat propose une stratégie marketing opérationnelle adaptée (politique de produit, de prix, de distribution et de communication).
 - Le candidat propose un outil d'aide à la décision pour se développer sur de nouveaux marchés. - Le candidat utilise efficacement les outils digitaux pour effectuer ses recherches d'informations
- Composition du jury : Le jury est composé d'un formateur et d'un professionnel du marketing.

Fiche évaluation Bloc 1 : veille commerciale marketing		Nom :	
	Note :	Prénom :	
		Points	Commentaires
1. Analyse du contexte, macro-environnement et micro-environnement synthétique, représentative et argumentée	3 points		
2. Collecte d'informations suffisantes et adaptée	3 points		
3. Positionnement de l'offre, analyse concurrentielle	4 points		
4. Utilisation des outils d'analyse (Pestel, swot...)	7 points		
5. Préconisations pour développer de nouveaux marchés	3 points		
Note totale	20 points		

Bloc 2 : Détecter les opportunités commerciales et développer un portefeuille clients France et international

Dossier professionnel donnant lieu à un dossier de 20 pages et une soutenance orale (20 mn + 10 mn questions) devant un jury professionnel.

Les candidats ont à préparer un plan de développement commercial France et international sur un couple produit / service / pays. Les candidats (groupe de 2) doivent mener une étude complète dans le but de commercialiser un produit sur un marché donné.

Critères d'évaluation :

- Le candidat fait un choix approprié d'une stratégie commerciale adaptée aux moyens humains, matériels et financiers de l'entreprise.
- Le candidat met en place le mode de commercialisation adéquat avec le pays et produits / services.
- Il identifie les sources d'information appropriées au plan d'action commerciale
- Il alerte en mettant en évidence des contraintes pour la commercialisation des produits / services.
- Le candidat expose clairement les préconisations retenues.
- Le candidat rédige une proposition commerciale réaliste pertinente en intégrant les aspects techniques, commerciaux, financiers, logistiques, juridiques.
- Le candidat présente une analyse argumentée de la gestion des risques encourus et des couvertures possibles.
- Il calcule le prix de vente en intégrant l'ensemble des coûts en fonction de l'Incoterm

Composition du jury : Le jury est composé d'un formateur et d'un professionnel de la fonction du développement commercial

Fiche évaluation Bloc 2 : développement commercial	Note :	Nom : Prénom :	
		Points	Commentaires
1. Choix approprié d'une stratégie commerciale adaptée aux moyens humains, matériels et financiers de l'entreprise	3 points		
2. Mise en place le mode de commercialisation adéquat avec le pays et produits / services	3 points		
3. Identification des sources d'information appropriées au plan d'action commerciale	2 points		
4. Rédaction d'une proposition commerciale réaliste pertinente en intégrant les aspects techniques, commerciaux, financiers, logistiques, juridiques	4 points		
5. Analyse argumentée de la gestion des risques encourus et des couvertures possibles	3 points		
6. Calcul du prix de vente en intégrant l'ensemble des coûts en fonction de l'Incoterm	3 points		
7. Mise en évidence des contraintes pour la commercialisation et présentation des préconisations retenues	2 points		
Note totale	20 points		

Bloc 3 : Négocier, mettre en place les contrats et partenariats

Evaluation 1 du bloc 3 : Jeux de rôle négociation commerciale : 50% de la note

Mise en situation professionnelle avec jeux de rôle et scénarios de négociation commerciale France et international par groupe de candidats.

Durée : 30 mn

Critères d'évaluation : Préparation de la négociation :

- Qualité des supports présentés

Proactivité Déroulement de la négociation :

- Participation et capacité de conviction

- Construction des arguments

- Véracité des données présentées

- Adaptabilité et concertation.

- Écoute active et réactive.

- Atteinte des objectifs.

Composition du jury : Le correcteur est un formateur de spécialité.

Bloc 3 : négociation commerciale			
Critères		Points	Commentaires
1. Préparation de la négociation (qualité des supports présentés)		4 points	
2. Participation et capacité de conviction		4 points	
3. Construction de l'argumentaire		4 points	
4. Adaptabilité et concertation, écoute active et réactive		4 points	
5. Atteinte des objectifs		4 points	
Note totale		20 points	

Évaluation 2 du bloc 3 : Étude de cas individuelle : analyse d'un contrat commercial France ou international

Durée : 3 heures

Critères d'évaluation : Le candidat choisit une solution contractuelle adaptée aux exigences des clients / zones géographiques en fonction des :

- conditions de livraison : choix de l'incoterm, délai
- conditions de paiement : devises, délai, techniques de paiement
- conditions contractuelles : entrée en vigueur du contrat, loi applicable, règlement des litiges, propriété intellectuelle, délai de retard...

Composition du jury : Le correcteur est un formateur de spécialité.

Fiche évaluation Bloc 3 : analyse d'un contrat	Note :	Nom : Prénom :	
Le candidat choisit une solution contractuelle adaptée aux exigences des clients / zones géographiques en fonction des critères suivants :			
Critères d'évaluation		Points	Commentaires
1. produits / services achetés		5 points	
2. conditions de livraison : choix de l'Incoterm, délai de livraison		5 points	
3. - conditions de paiement : devises, délai, techniques de paiement		5 points	
4. conditions contractuelles : entrée en vigueur du contrat, loi applicable, règlement des litiges, propriété intellectuelle, délai de retard...		5 points	
Note totale		20 points	

Bloc 4 : Manager une équipe commerciale et suivre les performances commerciales en France et à l'international

Étude de cas individuelle sur le management et le suivi des performances commerciales

Durée : 3 heures Critères d'évaluation :

- Le candidat présente des indicateurs de pilotage de l'action commerciale adaptés.
- Il crée des tableaux de bord de mesure de la performance de l'équipe commerciale.
- Il propose après analyse des écarts des axes d'amélioration

Fiche évaluation Bloc 4 : Management / performance commerciale		Nom : Prénom :	
Critères d'évaluation	Note :	Points	Commentaires
1. indicateurs de pilotage de l'action commerciale adaptés	5 points		
2. Création de tableaux de bord de mesure de la performance de l'équipe commerciale	5 points		
3. proposition après analyse des écarts des axes d'amélioration	5 points		
4. conditions contractuelles : entrée en vigueur du contrat, loi applicable, règlement des litiges, propriété intellectuelle, délai de retard...	5 points		
Note totale	20 points		

Anglais

Préparation au TOEIC

C'est un test QCM administré sur papier ou à distance. Il y a deux sections chronométrées de 100 questions chacune.

La section 1 (compréhension orale) comprend 100 questions et dure 45 mn. La note maximale est de 495 points.

La section 2 (compréhension écrite) comprend 100 questions et dure 1h15. La note maximale est de 495 points.

Le score final (compréhension orale et compréhension écrite) est noté sur 990 points.

1 er test TOEIC en début de cycle pour évaluer le niveau des candidats à l'entrée en formation.

2 ème test TOEIC à mi-parcours pendant l'examen partiel

3 ème test TOEIC en fin de parcours

Ex : si un candidat obtient 320 points à la compréhension orale et 420 points à La compréhension écrite, il obtiendra un score final de 740 points / 990 points, soit une note finale de 15 / 20.

Anglais oral

L'épreuve se déroule en équipes de 2 candidats. L'épreuve orale est une mise en situation professionnelle portant sur les différentes compétences du métier « Responsable du développement commercial France et international ».

Fiche évaluation oral d'anglais	Note :	Nom : Prénom :	
		Points	Commentaires
1. Organisation	2 points		
2. Prononciation	2 points		
3. Structures grammaticales : syntaxiques	6 points		
4. Richesse lexicale	8 points		
5. Participation	2 points		

Déroulement de l'épreuve : Les candidats (équipes de 2 candidats) tirent un sujet au sort leur indiquant la situation professionnelle à préparer pendant 30 mn.

L'épreuve orale dure 20 mn.

Composition du jury : Le jury est un formateur de spécialité.

AMÉNAGEMENTS SPÉCIFIQUES

En fonction de l'avancée pédagogique d'une section, d'un groupe, l'intervenant peut être amené à proposer un aménagement de l'évaluation de fin de module visant l'amélioration de la qualité de l'instruction du module et de l'appréciation des connaissances et compétences des candidats.

Les ateliers de la performance via l'équilibre :

- Atelier de développement des Soft Skills
- Atelier de préparation aux entretiens d'embauche
- Atelier dress-code et présentation
- Atelier de développement personnel
- Atelier d'intelligence émotionnelle
- Atelier technique des sportifs de haut niveau
- Atelier de gestion du stress et équilibre de vie
- Atelier management via le jeu d'échecs
- Team building (Marche orientation, questionnaire Polytechnique, ...)
- Atelier valeurs et partages par le sport
- Atelier découverte des métiers

Les événements :

- Participation à des défis
- Création d'événements associatifs ou non
- Participation aux salons
- Participations aux soirées de gala
- Visites d'entreprises, de grands restaurants et producteurs

Cet aménagement est soumis à acceptation du référent pédagogique du centre dispenseur de la formation, en accord avec le certificateur.

ENQUÊTES DE SATISFACTION ET INSERTION PROFESSIONNELLE

Afin de respecter nos engagements qualité notamment vis-à-vis de notre label QUALIOPi, des enquêtes de satisfaction concernant les modules de formation ainsi que l'enquête de satisfaction globale seront administrées tout au long de l'année, de façon nominative et obligatoire.

Chaque stagiaire devra obligatoirement compléter les enquêtes de satisfaction qu'il recevra de la part du service pédagogique afin d'être accepté dans la salle de formation du bloc de compétences ou module suivant.

A l'issue de la formation, tous les stagiaires (salariés ou non) s'engagent à répondre aux enquêtes de satisfaction qui leur sont envoyées par mail à chaque fin de semestre ainsi qu'aux enquêtes d'insertion professionnelle envoyée annuellement pendant cinq ans.

MISE EN PRATIQUE PROFESSIONNELLE

Une période d'immersion en entreprise est obligatoire peu importe le statut du candidat. Le stage pratique obligatoire doit être intervenu avant la/les date(s) de rendu(s) des travaux de fin d'études, selon le calendrier imposé et communiqué par le Responsable d'examen.

Pour les candidats en alternance (contrat de professionnalisation / contrat d'apprentissage) : une période de 5 mois continus minimum par année de formation, à raison de 3 jours par semaine minimum d'immersion sur toute la durée de l'alternance.

Pour les candidats en formation initiale (convention école-entreprise / formation continue) : une période de 13-14 semaines en stage alterné par année de formation, à raison de 3 jours par semaine minimum, soit l'équivalent de 8 semaines continues.

Cette période d'immersion en entreprise permettra aux candidats d'appliquer en pratique les aspects théoriques de la formation suivie et de démontrer leurs compétences développées dans les domaines du titre.

NB : en cas d'interruption de l'immersion professionnelle, le candidat s'engage à tenir informé l'établissement sous 48h00 afin que le service en charge de l'accompagnement puisse faire le point sur la situation et évaluer les besoins complémentaires en immersion.

MODALITÉS DE VALIDATION

Les conditions de validation

- ✓ Obtenir une moyenne de 10/20 minimum à chaque bloc de compétences sur les deux ans
- ✓ Obtenir une note minimale de 10/20 à chacun des oraux professionnels de fin d'étude
- ✓ S'être présenté à l'ensemble de ses évaluations finales

Possibilité de valider un ou plusieurs blocs de compétences (durée : acquis à vie)

Modalités de calcul

- ✓ La moyenne d'un module se compose d'un contrôle continu possible toutes les 10 heures de formation et d'une évaluation finale de fin de module
- ✓ En cas de contrôle continu, la valeur de la note est de 1/3 contre 2/3 pour l'évaluation de fin de module
- ✓ La moyenne d'un bloc est composée de la note / moyenne obtenue pour chaque module (coefficient 1) et de la note de l'étude de cas (coefficient égal au nombre de module du bloc hors rapport de compétences et outils d'insertion professionnelle)
- ✓ La note de rapport de compétences et du mémoire professionnel prend en compte le travail écrit du dossier, la restitution orale et la présentation des outils d'insertion professionnelle

NB : en cas de note inférieur à 10/20 au rapport de compétences de 1^{ère} année, le candidat devra compenser en 2^{ème} année sur la note de mémoire.

Conditions d'accès aux rattrapages

- ✓ Avoir suivi au moins 80% des heures de formation (sauf cas particulier soumis à la décision de la Direction du centre dispenseur de la formation, en accord avec le certificateur)
- ✓ Avoir validé au moins 50% des blocs de compétences
- ✓ Avoir passé l'intégralité des études de cas de fin de bloc et les dossiers professionnels
- ✓ S'être inscrit aux rattrapages selon le calendrier et le process indiqué par le référent pédagogique

Modalités de rattrapage

- ✓ A l'issue de la période totale de formation (Septembre)
- ✓ Seules les études de cas de fin de bloc et le mémoire de fin d'étude sont éligibles au rattrapage
- ✓ La/Les notes obtenue(s) annule(nt) et remplace(nt) la/les précédente(s)

NB : un candidat ne pourra participer qu'une seule fois à la session de rattrapage dans le cadre de son année de formation.

SECTEUR D'ACTIVITE ET TYPE D'EMPLOI

Secteurs d'activités :

Le **responsable de développement commercial France et International** exerce dans tous les secteurs d'activité et dans tous les types d'activités dans les grandes entreprises, petites ou moyennes entreprises ou TPE.

Types d'emplois accessibles :

- Responsable de service
- Responsable commercial
- Business développer ou créateur d'entreprise
- Responsable des ventes
- Chef de projet
- Chargé(e) de développement commercial
- Chargé(e) de mission ou chargé d'affaires
- Attaché(e) commercial ou Technico-commercial

Suite de parcours : MODA (manager opérationnel d'activités MASTER 2)

VOIES D'ACCES

Titre de Niveau 5 ou équivalent ou de niveau 4 avec 3 ans d'expérience professionnelle (Avis de la Commission Pédagogique) quelle que soit la filière suivie.

Pour plus de plus amples informations, veuillez-vous référer à la fiche RNCP35150 : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34976/>

ABSENCES EN FORMATION / EN EVALUATION

Cette partie complète le règlement intérieur

Absence en formation

Seront considérées comme absences justifiées les arrêts de travail (ou certificats médicaux pour les apprenants en formation initiale), l'hospitalisation du candidat, les congés payés et acte de décès de filiation directe (père, mère, frère, sœur) si le délai de 48h00 de transmission du justificatif est respecté.

Nb : si l'arrêt de travail intervient sur des jours de formation, l'original doit être transmis à l'employeur et seulement la version numérique à l'organisme de formation.

Pour toute autre absence, le candidat devra quand même communiquer un justificatif pour que le service administratif puisse notifier le motif de l'absence dans « l'espace étudiant » afin d'assurer le suivi pédagogique.

Absence en évaluation

Comme indiqué dans la partie « Modalités de validation », le candidat doit être présent à l'ensemble de ses évaluations de fin de module et de fin de bloc. En cas d'absence, le candidat serait sanctionné par un zéro sauf en cas d'hospitalisation du candidat, d'arrêt de travail d'une durée supérieure à 15 jours ou en cas de décès d'un proche de filiation directe (père, mère, frère, sœur).

DROIT DE RÉSERVE DE L'ÉTABLISSEMENT

L'établissement se réserve le droit d'apporter des modifications exceptionnelles à l'ensemble des éléments préinscrits en fonction de directives émanant de la Direction Générale d'ASTERIA Business School ou pour des cas particuliers et individuels avec accord de la Direction des Etudes.

Toute modification sera notifiée par écrit à l'ensemble des candidats.

LISTE DES FOURNITURES SCOLAIRES

La liste vous sera communiquée en amont de l'entrée en formation. Chaque stagiaire devra être en possession de ses affaires scolaires le jour de la rentrée et durant toute l'année pour chaque cours concerné. Le matériel pour la partie Théorique sera fourni par l'établissement scolaire (tablier, matériel de cuisine ...). Un ordinateur portable est requis.

NOS FORMATEURS

Tous nos formateurs sont des professionnels, issues pour la plupart du secteur de la restauration, de l'hôtellerie ou du tourisme.

DELAI D'ACCES

Le délai d'accès maximum est de 4mois entre votre demande et l'entrée en formation.

LIEUX DE FORMATION

Asteria – Campus d'Alsace

PARTIE THÉORIQUE

Espace B'COWORKER : 23 rue de la HAYE 67300 Schiltigheim

PARTIE PRATIQUE :

Cuisine Aptitudes : 39 rue Faubourg de Saverne 67000 STRASBOURG ou le restaurant Crocodile : 10 Outre 67000 STRASBOURG.

Asteria – Campus de Paris

PARTIE THÉORIQUE :

Locaux AKALIS Collège de Paris : 171 av Charles de Gaulle, 92200 Neuilly sur Seine

PARTIE PRATIQUE :

Institut Culinaire de Paris, 63 Bd de Ménilmontant, 75011 Paris ou locaux AKALIS Collège de Paris : 171 av Charles de Gaulle, 92200 Neuilly sur Seine

TARIF

Formation prise en charge intégralement pour les apprentis : 8150 € HT

Formation initiale : 5890€ TTC + 290€ TTC de frais d'inscription

DÉBOUCHES PROFESSIONNELS

Le diplôme préparé est conçu pour une insertion professionnelle, en particulier dans les établissements à vocation gastronomique mais aussi dans des groupes hôteliers ou unités de production. Que ce soit en France ou à l'étranger, le marché de l'emploi est très favorable et en plein développement (industrie hôtelière, restauration traditionnelle et collective, ...)

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES



Les entretiens individuels préalables à la formation permettent d'envisager avec les personnes en situation de handicap, les éventuels ajustements à apporter à la formation pour que celle-ci se déroule dans les meilleures conditions possibles pour le stagiaire.

Vous pouvez contacter notre référente handicap Mme BOCH Sabrina au :

- Téléphone : (+33) 03 39 64 01 72

CONTACT

Asteria – Campus Alsace

Asteria – Campus de Paris

Tél. : 03 39 64 01 75

Tél. : 03 39 64 01 75

<https://www.asteria-business-school.com>

- *LinkedIn* : <https://www.linkedin.com/company/asteria-business-school/>
- *Facebook* : <https://www.facebook.com/ecoleasteria/>
- *Instagram* : <https://www.instagram.com/ecoleasteria/>
- *Twitter* : https://twitter.com/Asteria_BS

Bonne rentrée à toutes et à tous,

LA DIRECTION