



Objectifs de la formation

Le Chef de Projet Commercial pour l'Agroalimentaire a acquis une **double compétence commerciale et technique** à l'issue de la formation et se positionne comme interlocuteur privilégié des clients auxquels il apporte conseils et solutions dans la limite des objectifs fixés par l'entreprise.

Il est notamment capable :

- d'appréhender l'évolution de son environnement global et de sa filière,
- d'analyser son marché et ses gammes de produits et d'en optimiser les performances,
- de construire et mener des actions commerciales,
- de rédiger un contrat commercial respectant les règles du commerce y compris international, de l'argumenter et d'en négocier les termes en préservant les performances économiques de l'entreprise,
- de qualifier les produits achetés ou vendus, d'explicitier leurs spécificités techniques et concurrentielles,
- d'établir des objectifs, de suivre son activité, d'être force de proposition et de respecter les procédures et réglementations
- de s'organiser, de communiquer efficacement et d'optimiser le travail en équipe

Prérequis et modalités d'accès

- Être titulaire d'un **Bac+2** (DUT, BTS, L2, prépas...) ou Titre Niv 5 équivalent avec **120 ECTS**
- Avoir réussi les épreuves de sélection : Etude du dossier, tests écrits et entretien de motivation.
- Ou être éligible à la VAP (niveau 4 + expérience d'au moins 5 ans).

Statut et frais de formation

- Etudiant (6125€ l'année)

Frais d'inscription de 35€ et cotisation CEVEC obligatoire : 95€

Une pédagogie innovante et immersive

Alternance de périodes de **cours et de missions en entreprises**.

La pédagogie est abordée en mode **projets** basée sur des **mises en situations réelles** et du travail en groupe. Des modules de gestion de projet et d'entreprise sont proposés.

L'enseignement est réalisé en grande majorité par des professionnels (+60%)

Durée et format : 12 mois

- Etudiant : 812H de formation dont 30% de visites d'entreprises, d'immersions et projets tutorés / 455H en stage entreprise

Perspectives professionnelles

Les diplômés occupent des fonctions de :

- Responsable commercial, des ventes/, grands comptes
- Chef de Produit marketing, Catégorie Manager
- Responsable des achats, Chef de marché
- Responsable de point de vente ou de rayon

Modalités d'évaluation et d'attribution

- La formation est validée sous réserve de l'obtention de chacun des 5 blocs de compétences qui la composent. Un bloc de compétences comprend une ou plusieurs UE. Chacune des UE doit être validée avec une moyenne $\geq 10/20$.
 - Lorsque la moyenne de l'UE est comprise entre 9/20 et 9.99/20 (à la condition que la moyenne générale pondérée de l'ensemble des UE soit supérieure à 10/20), le jury peut valider l'UE (limité à 2 UE sauf rapport de mission et dossier de compétences).
 - Sauf dispositions particulières définies dans le plan d'évaluation de la formation, les notes obtenues peuvent être conservées au maximum au cours des 5 années scolaires suivant la fin de la formation.
 - En cas de note inférieure à 9, des sessions de rattrapage sont organisées au fil de l'eau après chaque jury pédagogique.
- Tout bloc de compétences validé est acquis à vie.
- Les compétences sont évaluées via :
 - Des évaluations pédagogiques : évaluations écrites et orales, projet de groupes, rapports d'études, études de cas, simulations et jeux de rôle.
 - Des évaluations en situations professionnelles.

Référentiel d'examen

BLOCS	ECTS
BLOC 1 : Elaborer et déployer un plan d'action commerciale en adéquation avec le positionnement de l'organisation	12
BLOC 2 : Structurer et optimiser le processus achat de l'organisation	12
BLOC 3 : Piloter la gestion de l'entité commerciale (physique et/ou virtuelle)	12
BLOC 4 : Contribuer à l'optimisation de la performance de l'organisation	12
BLOC 5 : Développer l'activité d'une entité commerciale par l'optimisation de la relation client	12

Statistiques 2021-2022

Taux de réussite 2022 **94%**

Taux d'insertion professionnelle **100%**

Taux de recommandation **80%**

2022-23: Document non contractuel sous réserve de modification en cours d'année

Votre contact : Corinne PIERRE

Tel : 04 27 85 86 81 - cpierre@isema.fr

ISEMA 105 Rue Pierre Bayle - CS 20143 - 84918 AVIGNON
CEDEX 9

PROGRAMME DÉTAILLÉ

SEMESTRE 1		
UP	UE	Matière
Bloc 1 POSITIONNEMENT DE L'ORGANISATION ET DEPLOIEMENT DE LA PAC	Déploiement du PAC marketing opérationnel et e-commerce	Marketing
		Plan d'action commerciale
		Calculs commerciaux
		Stratégie marketing digitale
Bloc 2 PROCESSUS D'ACHAT	Achats	Achats négociation et référencement
		Techniques d'appel d'offres
		Droit commercial
Bloc 3 GESTION DE L'ENTITE COMMERCIALE	Distribution et commerce international	Panorama de la Distribution
		Merchandising et gestion stocks
		Supply chain
	Management, gestion et outils	Techniques du commerce international
		Pilotage économique et management de l'entreprise
		Bureautique et supports de communication
UP PROFESSIONNALISATION	Mises en situation pro	Présentation de l'entreprise, son environnement et la mission (ALT)
		Environnement Numérique de Travail
	Anglais des affaires	Anglais des Affaires/autoformation
SEMESTRE 2		
UP	UE	Matière
Bloc 4 OPTIMISATION DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE	Commerce responsable	Introduction au développement durable
		Management de la qualité et food défense
		Découverte et projet RSE
	Filières agro-industrielles	Filière environnement
		Chocolat
		Les fruits et légumes
		Les produits laitiers
Bloc 5 DEVELOPPEMENT COMMERCIAL	Outils de Gestion	Les vins et spiritueux
		Huiles essentielles
		Business Game
		Outils bureautiques
	Relation client	Introduction à la GRH
		Analyse financière
UP Pro PROFESSIONNALISATION	Mise en situation pro	Stratégie de communication
		Techniques de vente et négociation
		Gestion de la relation commerciale
	Anglais des affaires	Rapport de fin de Bachelor (TP)
		Rapport de fin de Bachelor
	Communication professionnelle	
	Anglais - Stratégie de communication	
	Anglais appliqué au commerce et à la gestion	