

Formation à distance

Préparation au Brevet Fédéral de Spécialiste en Marketing

*La première formation à distance
préparant l'obtention du Brevet Fédéral*

Table des matières

Introduction	2
Positionnement du brevet fédéral dans la filière de formation fédérale	2
Examen professionnel pour Spécialistes en Marketing	3
Structure de l'examen (extrait du règlement d'examen)	3
Admission	3
Structure de la formation	4
Planification 2015-2016	4
Contenu des modules	4
Module 1 – Bases du Marketing	4
Module 2 – Etudes de marché	4
Module 3 – Comptabilité et controlling	4
Module 4 – Vente et distribution	4
Module 5 – Concept Marketing	5
Module 6 – Communication intégrée	5
Module 7 – Planification médias	5
Module 8 – Technique de présentation	5
Module 9 – Révision et préparation aux examens	5
Module 10 – Training oral	5
Suivi de la formation	5
Concept de formation	6
Structure	6
Matériel didactique	6
Regroupement ou présentiel	7
Campus virtuel	7
Les activités et matériels pédagogiques	7
Serez-vous à l'aise avec une formation à distance ?	8
Direction de cours	9

Introduction

Le Spécialiste en Marketing est, aujourd’hui, le véritable coordinateur des moyens de communication de l’entreprise. Il est l’interface entre le client, ses attentes et l’entreprise qui le sert. Le spécialiste en marketing conçoit et réalise les mesures marketing sur la base d’objectifs définis et garantit la mise en place des instruments correspondants (vente, promotion des ventes, publicité, distribution et RP). Il planifie des mesures de marketing concrètes et les applique avec succès. Il mandate et dirige aussi les spécialistes externes (analystes de marché, concepteurs, rédacteurs publicitaires, créateurs, agences, etc.). D’autre part, il reconnaît et comprend les données dans la macroéconomie et la microéconomie, les évolutions de la conjoncture, les structures juridiques et peut interpréter ces résultats de manière logique pour un travail professionnel.

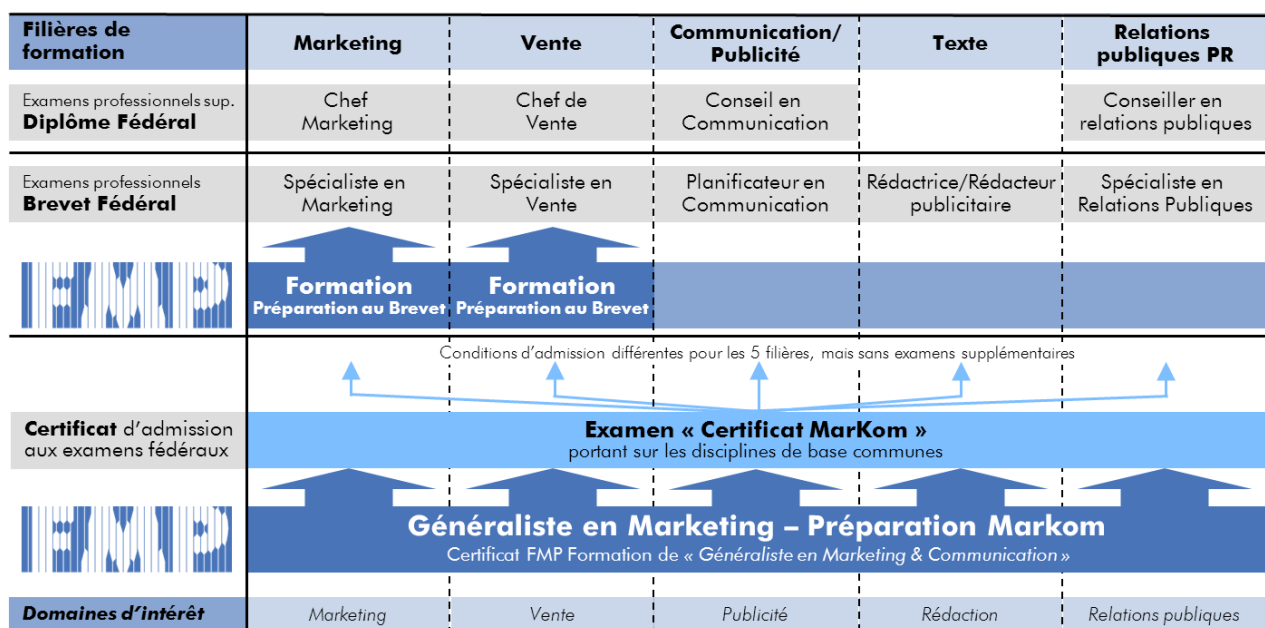
La formation FMP de « Spécialiste en Marketing » n’est pas seulement une préparation à l’examen fédéral, elle offre une base de connaissance reconnue à toute personne désireuse d’acquérir des compétences étendues et valider son expérience professionnelle du marketing, de la vente, de la distribution, du marketing direct, de la publicité et des relations publiques.

Les cours peuvent être suivis sans équipement informatique, ceci en s’appuyant sur le matériel papier et les journées en présentiel. Cependant, bon nombre de supports annexes sont électroniques. Il est conseillé de suivre la formation en bénéficiant de tous les outils utiles à celle-ci. A ce titre, la formation à distance nécessite de disposer d’un ordinateur de moins de 5 ans, d’une connexion Internet et d’être à l’aise dans l’utilisation de l’ordinateur et d’Internet.

Positionnement du brevet fédéral dans la filière de formation fédérale

L’examen d’admission MarKom MZP est un examen organisé conjointement par les différentes associations responsables MarKom. Au cours de celui-ci sont examinés les éléments de base des examens professionnels pour spécialistes en marketing, spécialistes de vente, planificateurs / planificatrices en communication, rédacteur publicitaire et spécialistes en relations publiques donnant droit au brevet fédéral. La réussite de l’examen d’admission MarKom est une des conditions à remplir pour se présenter à un examen professionnel. On s’assure ainsi que les candidates et les candidats ont acquis les connaissances fondamentales appropriées.

La réussite de cet examen MarKom, dans les cinq ans précédant, est donc une condition d’admission aux examens du brevet fédéral de « Spécialiste en marketing ».



Examen professionnel pour Spécialistes en Marketing

Les examens sont proposés une fois par an (à fin janvier pour les écrits et en avril pour les oraux). Ils sont généralement centralisés à Bâle pour les écrits et délocalisés pour les oraux. Les examens couvrent les différentes connaissances professionnelles exigées dans le domaine du marketing.

Structure de l'examen (extrait du règlement d'examen)

L'examen comporte les épreuves suivantes de poids égal et ont une durée de:

Epreuve	mode	durée
• Concept marketing	écrit	3 heures
• Communication intégrée	écrit	3 heures
• Vente et distribution	écrit	2 heures
• Etude de marché	écrit	1.5 heures
• Comptabilité, controlling	écrit	1.5 heures
• Concept marketing	oral	25 minutes
• Communication intégrée	oral	25 minutes
• Techniques de présentation et de communication	oral	25 minutes
Total		12.5 heures

Admission

Si l'accès à la formation est libre, l'inscription à l'examen est limitée aux candidats :

- a) ayant réussi l'examen d'admission MarKom ou un examen équivalent au cours des 5 dernières années et pouvant justifier d'une expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans les domaines du marketing, de la publicité, du marketing direct, de la vente ou des relations publiques. Ainsi qu'ayant achevé une formation officielle d'au moins 3 ans et obtenu un CFC ou un diplôme d'une école de commerce, une maturité, un diplôme d'une école professionnelle supérieure, d'une haute école spécialisée (HES), un diplôme d'un examen professionnel supérieur, un brevet pour spécialiste de vente, planificateur en communication ou de spécialiste en relations publiques
- b) ou ayant réussi l'examen d'admission MarKom ou examen équivalent au cours des 5 dernières années (c'est la commission d'examen qui décide de l'équivalence des examens) et pouvant justifier d'une expérience professionnelle d'au moins 3 ans dans les domaines du marketing, de la publicité/communication marketing, du marketing direct, de la vente ou des relations publiques

Structure de la formation

Le cursus est organisé en 9 modules de 7 semaines, chacun se terminant par une journée de présentiel, généralement planifiée le mercredi de la semaine indiquée. Cette planification permet d’optimiser les journées de regroupement et de planifier plus aisément son temps libre.

Planification 2016-2017

Brevet Marketing	2016												2017												2018																						
	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril																												
Bases Marketing	Module 1																																														
Etude de marché				Module 2																																											
Comptabilité - Controlling							Module 3																																								
Vente - Distribution										Module 4																																					
Concept Marketing													Module 5																																		
Communication intégrée																Module 6																															
Planification médias																			Module 7																												
Techniques présentation																						Module 8																									
Révision																												Module Rev																			
Training oral																																															
Déroulement proposé selon les chapitres et domaines du cursus	Bases du marketing			Etudes de marché			Comptabilité			Vente-Distribution			Concept Marketing			Communication intég.			Planification médias			Techn. présentation			Révision																						

Contenu des modules

La formation proposée est basée sur les domaines, sujets et exigences de l’examen professionnel du brevet fédéral. Les objectifs précis des modules sont disponibles dans la directive d’examen.

Module 1 – Bases du Marketing

- Fondements du marketing
- Les études de marché
- Organisation d’entreprise
- Budgets et contrôles des mesures marketing

Module 2 – Etudes de marché

- Etudes de marché en général
- Etudes de marché primaire et secondaire
- Indices de proportion, moyenne et indices de dispersion
- Indices de marché
- Statistiques en marketing
- Pronostics de marché

Module 3 – Comptabilité et controlling

- Comptabilité financière
- Comptabilité analytique
- Utilisation du calcul de répartition des coûts
- Budget pour le chiffre d’affaires et les coûts

Module 4 – Vente et distribution

- La vente en général
- Données du marché
- Coûts et contrôle

Module 5 – Concept Marketing

- Concept Marketing
- Marketing Mix
- Collaboration avec des partenaires externes

Module 6 – Communication intégrée

- Notions de base, signification et buts de la communication intégrée
- Politique en communication stratégique
- Utilisation de la recherche en communication
- Utilisation des services externes
- Fondements du droit de la communication

Module 7 – Planification médias

- Les médias
- Planification médias

Module 8 – Technique de présentation

- Technique de présentation et méthodologie
- Moyens auxiliaires et leur utilisation
- Technique de négociation
- Technique de créativité

Module 9 – Révision et préparation aux examens

- Révision finale et préparation à l'examen
- Préparation examen/pratique

Module 10 – Training oral

- Mise en situation d'examens
- Examens en condition réelle

Suivi de la formation

La participation à une séance d'information ou au minimum un entretien téléphonique nous permettra de vérifier les prérequis et de définir le cursus le plus adapté. Le suivi est individuel, chaque participant a un dossier qui lui est attribué ainsi qu'un accès au campus virtuel.

Evaluation

- L'évaluation de la satisfaction est effectuée régulièrement, au minimum à la fin chaque présentiel, au travers d'un questionnaire permettant d'évaluer la qualité de la formation et du formateur.
- L'évaluation des acquis est faite lors des exercices en autocorrection, des travaux et du présentiel.
- L'évaluation du transfert est faite par l'intermédiaire d'un questionnaire remis 3 mois après l'examen ou la fin de la formation.

Remédiation et garantie de réussite

En cas de problème lors de la formation ou d'échec aux examens, les modules peuvent être recommencés jusqu'à trois fois y compris les séances en présentiel, moyennant une participation symbolique aux frais. En cas d'échec à l'examen, le règlement et les voies de recours de celui-ci font foi.

Concept de formation

Notre méthode de formation repose sur un simple constat; « l'acquisition de bases théoriques reste le fondement de toute formation... mais est-il nécessaire de se retrouver dans une salle de classe pour cela ? »

Le Blended Learning - Enseignement flexible et à distance

Nous concevons la formation à distance comme une formation mixte (blended learning) combinant des séances de cours « présentiels », des séquences d'autoformation sur documentation (supports, livres) ou assistées par ordinateur.

Cette approche nous permet de proposer un cursus à la carte, répondant aux exigences les plus élevées en termes de pédagogie, d'autonomie et de souplesse. Nous avons équilibré le déroulement des parties autodidactes, les jours de regroupement et présentiels de manière à assurer une bonne progression pédagogique et une courbe de mémorisation optimale.

Les matières sont travaillées par l'apprenant/e au moyen de matériel pédagogique autodidactique. Lors de l'enseignement présentiel, la matière est approfondie à l'aide d'exemples, d'exercices puis les compétences validées par des exercices. Au moyen de l'e-mail, de forum, de chat Internet ou de conférences téléphoniques, les apprenants sont interconnectés et soutenus dans leurs études autodidactiques par leurs formateurs.

Structure

FMP Formation a développé une méthode unique conciliant trois éléments clés, garant du succès de ce cours et surtout des participants

- **Apprentissage autonome** – facilitant la découverte et l'apport de connaissance
- **Exercices et compléments réguliers** – favorisant la mémorisation et la mise en pratique
- **Journée de cours en « présentiel »** – Incitant au dialogue et au transfert pratique



Matériel didactique

Il comprend un manuel d'apprentissage, des listes de références, des exercices, du matériel Internet (audiovisuel et recherches). L'étude est ponctuée d'exercices de validation, autocorrigé par le participant ou à envoyer au formateur responsable.

Des compléments (rappel théorique à lire, exercices, étude de cas, recherche web ou biblio) sont envoyés pendant la période d'apprentissage individuel.

Les fréquences des exercices et des compléments sont définies de manière à assurer la réactivation de la mémorisation (selon la courbe de réactivation de T.Buzan).

Regroupement ou présentiel

Les journées de regroupement en présentiel sont des moments importants de la formation. Elles procurent tous les éléments nécessaires qui pourraient encore faire défaut. Les explications nécessaires à une bonne compréhension des cours, la réalisation de cas pratiques assurent l'atteinte des objectifs de la formation et une préparation efficace de l'examen.

Les journées en présentiel sont organisées de manière centralisée en fonction des lieux de résidence des participants et sous réserve d'un nombre suffisant d'inscrits présents. Si le nombre est insuffisant, un coaching individuel ou de petits groupes seront proposés.

Lors du dernier module, une révision/préparation aux examens est proposée.

Campus virtuel

Un campus virtuel est mis à disposition des étudiants afin :

- D'échanger et de dialoguer en direct ou en différé avec les autres participants du cours.
- De collaborer dans le cadre de travaux de groupe : suivi du projet, documents de travail et validation des rendus.

Chaque formateur choisit lui-même les outils qu'il souhaite mettre à disposition de ses participants et par conséquent la configuration du campus virtuel peut changer d'un cours à l'autre.

Cet espace web permet d'échanger des documents, informations, adresses web, trucs et astuces en lien avec la formation.

Le campus virtuel offre une grande variété de ressources pédagogiques telles que supports de cours, exercices, documentation annexe, vidéos de formation, etc.

Un forum permet aux étudiants de partager questions, développements, recherches et un chat leur permet de dialoguer entre eux à tout moment.

Le campus virtuel est accessible directement depuis le web. Vous travaillez en ligne et par conséquent vous devez avoir une connexion Internet haut débit (ADSL) ainsi que de bonnes connaissances des applications bureautiques et d'Internet pour l'utiliser.

Les activités et matériels pédagogiques

- **Manuel d'apprentissage**

La première partie « Introduction au cours » rassemble des informations générales relatives à ce cours et une feuille de route. Le reste du document contient la matière à apprendre.

- **Exercices de validation (fréquence en fonction du sujet)**

Un ensemble de questions et d'exercices que vous pourrez auto-corriger et noter ou que vous devez envoyer à votre formateur.

- **Compléments (fréquence en fonction du sujet et du cursus)**

Exercices, travaux, documents ou fichiers multimédias envoyés à une fréquence permettant une meilleure mémorisation de la matière à apprendre. Cette mémorisation à long terme permet d'améliorer les résultats aux examens

- **Session en présentielle**

Séance à la fin du module pour compléter la formation par des apports théoriques supplémentaires et des mises en pratique. L'évaluation des compétences est effectuée lors de la session.

- **Préparation aux examens**

Serez-vous à l'aise avec une formation à distance ?

Avant de vous lancer dans une formation de ce type, voici quelques questions à se poser.

Installation	Oui	Non
• Avez-vous un ordinateur récent (moins de 5 ans) ?		
• Avez-vous une connexion Internet ADSL fonctionnelle ?		
• Votre ordinateur est-il équipé d'un logiciel anti-virus avec mise à jour automatique ?		
• Pouvez-vous entendre de la musique et du son depuis votre ordinateur ?		
• Savez-vous créer un dossier (= répertoire) et y classer des documents ?		
• Savez-vous utiliser Internet Explorer ?		
• Etes-vous à l'aise sur Internet ?		
Motivation	Oui	Non
• J'ai envie de sortir de mes activités habituelles		
• J'aime travailler seul(e)		
• Je souhaite mettre à jour mes compétences et en acquérir des nouvelles		
• Je trouve que c'est une manière intéressante d'occuper mon temps libre		
• J'ai besoin de liberté dans l'organisation de mon temps pour être motivé		
• Je veux me prouver que si je veux, je peux !		
Je suis plutôt :	Oui	Non
• Bien entouré pour faire cette formation		
• Capable de faire des liens entre des sujets divers		
• Capable de faire des synthèses		
• Certains que cette formation est faite pour moi !		
• Curieux		
• Disponible pour une nouvelle formation		
• Enthousiaste		
• Indépendant		
• Optimiste		
• Organisé		
• Persévérant		
• Peu souvent débordé		
• Prêt à suivre des consignes		
• Tenace		
• Un bon lecteur		

Si la réponse à une question est non ou « je ne sais pas », n'hésitez pas à nous contacter.

Direction de cours

Appuyés par des spécialistes et cadres d'entreprises disposant d'une expérience professionnelle confirmée dans les domaines enseignés, les cours sont placés sous la direction de deux spécialistes réputés.

Direction technique et professionnelle



Florent Hermann

- Diplôme Fédéral d'Economiste d'entreprise
- Brevet Fédéral de Technicien en Marketing
- Certificat FSEA 1 de Formateur d'adultes
- Certificat IOI/EPFZ Management de Projets
- Certificat Fédéral de Capacité de Garnisseur

Responsable Marketing et Commercial pour l'un des leaders suisses des services

Expert fédéral en organisation et en marketing pour les diplômes d'Economiste d'entreprise.

Chargé de cours auprès de différents instituts (domaines Marketing, Vente, Management et Organisation).

Expériences :

Acquises dans le domaine des services, de la robotique, des produits grands publics et du B to B avec comme points clés :

- Mettre en place et conduire des départements et des unités Marketing et commerciales
- Création d'entreprises et définition de leurs concepts Marketing, RP et communication
- Définition et mise en place de Corporate Identity
- Construire et animer des modules de formation

Direction pédagogique et qualité



Odile Yamo-Luthi

- Diplôme Fédéral de Formatrice en Entreprise
- Diplôme Responsable Management Qualité
- Certificat FSEA 1 de Formateur d'adultes
- Certificat de Responsable de toxique B
- Certificat Fédéral de Capacité de Laborant

Responsable Qualité pour un groupement hospitalier (deux hôpitaux et trois EMS)

Auditrice auprès de la SQS pour les normes ISO et Eduqua.

Membre du comité et responsable qualité auprès de l'ARFOR.

Expériences :

Acquises en environnements multinationaux, pharmaceutiques, microtechniques, horlogers et de services avec comme points clés :

- Mettre en place des systèmes qualité en accord avec les normes ISO et EduQua
- Garantir le fonctionnement d'un département formation
- Mettre en place des politiques de formation
- Conduire des audits internes et externes
- Construire et animer des modules de formation