

BACHELOR MARKETING OPTION MODE

JE CANDIDATE

BAC+2 - ACCESSIBLE NIVEAU BAC

Diplôme Foundation degree Marketing, délivré par la Fédération Européenne des Examen
Niveau 5 du Cadre Européen des certifications
120 crédits ECTS

MODALITÉS

1^{ère} en initial avec stage de 1 mois et 2^{ème} années en initial avec stage de 2 mois.
Suite de parcours en 3^{ème} année cliquez [ici](#)

TARIFS

Année 1 : 8000 euros (frais d'inscription inclus)
Année 2 : 8000 euros (frais d'inscriptions inclus)

Suite de parcours Année 3 : En initial ou en alternance, voir [ici](#).

Selon la taille de l'entreprise et son organisation interne, le responsable du développement commercial endosse des responsabilités plus ou moins élargies dans l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie commerciale, et doit assurer tout ou partie des activités inhérentes. La complexité de son activité dépend également en grande partie du secteur d'activités, du niveau concurrentiel de son marché et de son implantation (régionale, nationale, internationale).

Selon Les Métiers en 2030 - rapport coréalisé par France stratégie et la Dares, les cadres commerciaux font partie d'une typologie de métiers qui pourraient manquer de main-d'œuvre, aggravant les tensions actuelles sur le recrutement. Dans cette catégorie, qui inclut les métiers expérimentés ou de seconde partie de carrière, le recrutement se fait plutôt parmi des personnels expérimentés (peu de débutants) et les départs en fin de carrière sont importants. Afin de réduire les tensions sur le recrutement, il serait nécessaire de diversifier les canaux de recrutement, en attirant des professionnels en provenance d'autres métiers (mobilités), des professionnels déjà en poste, ou des jeunes débutants. Cette démarche devra être accompagnée de l'adaptation des dispositifs d'accompagnement, proposer des formations spécifiques et former des chômeurs à des métiers qui recrutent, y compris des cadres commerciaux.

DURÉE

1^{ère} année : 614 heures à l'école + 140 heures en entreprise (stage)
2^{ème} année: 534 heures à l'école + 280 heures en entreprise (stage)

Suite de parcours 3^{ème} année : voir [ici](#).

MÉTHODES MOBILISÉES

Modalités pédagogiques qui alternent :

Cours magistraux, apport théorique et méthodologique
Exposés des étudiants
Travaux dirigés, étude de cas
Travaux pratiques
Atelier pratique : mise en situation professionnelle dans le cadre de collaborations avec des entreprises du secteur
Conférences de professionnels du secteur en présentiel ou visioconférence
Voyage pédagogique et linguistique à Paris et en Europe

L'essentiel de la formation se déroule en présentiel dans les locaux du 10 et 11 place des Quinconces à Bordeaux.

Certains cours peuvent faire l'objet d'un enseignement à distance en visioconférence via la plateforme TEAMS de Microsoft.

La formation se déroule en présentiel dans les locaux du 11 place des Quinconces à Bordeaux.

Pédagogie active et participative

Transversalité entre les différents modules

Adaptabilité aux tendances et évolutions du marché

Les contenus des programmes s'adaptent également en fonction des besoins identifiés pendant la formation

Accompagnement à la recherche de stages et dans l'insertion professionnelle

Effectifs limités à 30 étudiants par promotion pour un meilleur suivi.

CONTACT

Alexandre Bachellerie,
Directeur
alexandre.bachellerie@ibsm-mode.com
05 56 79 28 79

OBJECTIFS D'APTITUDES & ACQUISITION DES COMPÉTENCES

- Analyse de l'environnement interne de l'entreprise
- Étude de marché (macro-environnement et micro-environnement)
- Identification des objectifs commerciaux, selon la méthode SMART
- Définition des actions commerciales, en fonction des produits et services à commercialiser et de la clientèle cible
- Implémentation du plan d'actions commerciales
- Mesure de la performance commerciale de l'entreprise
- Correction et adaptation du plan d'actions commerciales
- Définition des méthodes de la stratégie commerciale
- Identification de la typologie des clients et leurs besoins
- Établissement des tarifs des produits et services
- Détermination des produits et services proposés aux clients
- Élaboration de la proposition commerciale
- Établissement d'un plan de prospection commerciale
- Constitution d'un argumentaire de négociation d'une offre commerciale
- Gestion du portefeuille clients
- Développement d'une stratégie de fidélisation
- Création d'une stratégie de relation client
- Établissement d'un partenariat commercial
- Identification des compétences des membres de l'équipe commerciale avec le service RH
- Constitution de l'équipe commerciale
- Gestion des activités commerciales à l'aide d'outils numériques
- Animation de l'équipe commerciale
- Développement des compétences des membres de l'équipe commerciale
- Désignation des moyens de promotion du produit ou service
- Évaluation des performances de l'équipe commerciale
- Amélioration de la performance commerciale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation des acquis pendant la formation :

Les professeurs s'assurent de l'assimilation des connaissances à travers des examens, exercices, études de cas et mises en situation professionnelles en individuel et en groupe, à l'écrit et à l'oral, en contrôle continu tout au long de la formation.

Plusieurs coefficients de notation sont établis en fonction de la progression pédagogique.

Des bulletins de notes semestriels sont établis en fonction des résultats et des conseils de classe en présence des professeurs sont organisés chaque semestre.

Evaluation des acquis en fin de formation :

Mise en situation professionnelle réelle

Étude de cas

QCM

Mise en situation professionnelle reconstituée

Soutenances orales devant un jury

ACCESSIBILITÉ

Référent handicap de l'établissement:

Gaëlle Boussarie

gaelle.boussarie@ibsm-mode.com

05 56 79 28 79

Les locaux sont accessibles aux personnes en situation de handicap: normes PMR, rampe d'accès, sanitaires adaptés.

Cette formation est accessible à la plupart des situations de handicap, si vous êtes concernés merci de contacter notre référent.



TAUX D'OBTENTION

En 2025 : 93%
En 2024 : 100%

VALIDATION DU DIPLÔME

Le foundation Degree est délivré aux candidats dont les résultats aux examens répondent aux trois conditions suivantes :

- L'obtention d'une moyenne générale supérieure ou égale à 10/20,
- L'obtention d'une note supérieure à 6/20 dans chaque unité d'enseignement constitutive du Foundation Degree,
- L'obtention d'une note supérieure à 0/20 dans chaque unité capitalisable.

ÉQUIVALENCES ET PASSERELLES

Aucune équivalence ou passerelle possible, l'étudiant doit valider l'ensemble des blocs de compétence pour obtenir la certification.

SUITE DU PARCOURS

Les étudiants peuvent poursuivre leurs cursus en troisième année avec le Bachelor Responsable du Développement Commercial, titre RNCP de niveau 6. Détails de la formation [ici](#).

TRAJECTOIRES PROFESSIONNELLES DE NOS ÉTUDIANTS

100% de poursuite d'études en 3^{ème} année.



DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Le Bachelor Marketing option Mode prépare les futurs professionnels aux fonctions de :

- Chargé(e) d'affaires
- Assistant(e) chef(fe) de produit
- Assistant(e) chargé(e) d'études marketing
- Assistant(e) merchandising
- Assistant(e) commercial(e)
- Business Developer

Ces fonctions pourront être exercées au sein de petites, moyennes et grandes organisations ou agence dans les secteurs de la vente, du marketing et du e-commerce.

INDICATEURS DE RÉSULTATS

IBSM Mode & Marketing

Promotion 2025

Nombre d'inscrits : 15 - Nombre de titulaires du diplôme : 14

Taux de satisfaction : Dispo en 2026

Taux d'assiduité : 94%

Taux de réussite à l'examen : 93%

Taux d'obtention : 93%

Taux d'insertion global à 6 mois : 100% de poursuite d'études en 3^{ème} année

Taux d'insertion dans global moyen/long terme (à 1 an) : 100% de poursuite d'étude en 3^{ème} année

Taux d'insertion dans le métier visé à moyen/long terme : 100% de poursuite d'études en 3^{ème} année

Taux de poursuite d'études : 100%

PRÉREQUIS, MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

Le candidat doit être titulaire d'un diplôme sanctionnant la fin des études secondaires ou être titulaire d'une certification professionnelle de niveau 4.

Inscription de novembre 2025 à Juillet 2026.

CONDITIONS D'ACCÈS

L'accès à la préparation au diplôme de Foundation Degree Marketing est ouvert:

Pour un cycle de formation de deux ans, à tout(e) titulaire d'un diplôme ou titre de niveau attestant d'un niveau 4, sélection sur dossier : CV à jour, lettre de motivation, derniers bulletins scolaires, copie du diplôme de niveau 4 si déjà obtenu + entretien de motivation avec le directeur et la responsable administrative et financière.

Délai de traitement de votre demande : 48h

Prise de rdv pour l'entretien de motivation sous 1 semaine

Délai de réponse après la procédure d'admission: 1 à 2 semaines

Début de l'action de formation : septembre 2026

Fin de l'action de formation : septembre 2028

