

MarkKom

«La meilleure des publicités est un client satisfait» – Bill Gates



Sion : 027 346 59 79
St-Maurice : 024 471 63 22
info@cvpc.ch – www.cvpc.ch

Sommaire

Détails des matières	3
Connaissances de base en économie politique.....	3
Connaissances de base en économie d'entreprise	4
Connaissances de base en droit.....	5
Connaissances de base en marketing	6
Connaissances de base en communication.....	7
Connaissances de base en relations publiques	8
Connaissances de base en vente	9
Matières des examens	10
Votre inscription à la formation	11

Détails des matières

Connaissances de base en économie politique

Compétence opérationnelle

A la fin du module, le/la participant/e doit comprendre et être capable d'expliquer le fonctionnement des grands principes économiques en

- ✓ représentant le circuit économique simple
- ✓ représentant le cycle conjoncturel et les facteurs de la croissance économique
- ✓ représentant la répartition sectorielle de l'économie
- ✓ représentant le principe de l'offre et de la demande

Contenu

- ✓ Les bases de l'économie, les biens et les besoins, le principe de l'homo oeconomicus, l'offre et la demande, la formation des prix.
- ✓ Le circuit économique, les agents économiques, les facteurs de production et la valeur ajoutée (PIB)
- ✓ Les éléments de la croissance quantitative et qualitative, les phénomènes conjoncturels et leurs indicateurs.

Méthodologie

Cours en classe et travaux personnels, mises en commun, tests à blanc et commentaires

Connaissances de base en économie d'entreprise

Compétence opérationnelle

A la fin du module, le/la participant/e doit comprendre et expliquer les principes de fonctionnement d'une entreprise en:

- ✓ Expliquant les fonctions de base des entreprises
- ✓ Définissant les buts et les objectifs des entreprises
- ✓ Citant les formes d'entreprises et leurs caractéristiques
- ✓ Décrivant l'organisation des entreprises, leurs domaines de fonctions et d'activités
- ✓ Expliquant la structure du compte de résultats et du bilan
- ✓ Expliquant des calculs de coûts et des calculs de prix simples
- ✓ Expliquant les bases de la technique de travail personnelle, de la gestion du temps, de la rédaction d'un procès-verbal et du briefing
- ✓ Expliquant des budgets simples

Contenu

- ✓ Le rôle d'une entreprise, le découpage fonctionnel (fonctions de base / transversales), l'interdépendance entre les fonctions, les relations avec l'environnement, le cycle d'exploitation et les formes d'organisation
- ✓ La typologie des entreprises selon les secteurs économiques, la taille et les formes juridiques
- ✓ Les principes comptables, le bilan et le compte d'exploitation, les calculs commerciaux, les prix de vente et d'achat et les budgets
- ✓ Les techniques de travail personnel, les principes et les instruments de la gestion du temps

Méthodologie

Cours en classe et travaux personnels, mises en commun, tests à blanc et commentaires

Connaissances de base en droit

Compétence opérationnelle

A la fin du module suivi, la personne apprenante est capable:

- ✓ de décrire la structure et les sources du droit en Suisse.
- ✓ d'expliquer les principes d'espèces de contrats choisies selon le code des obligations (le contrat de vente, le contrat de travail, le contrat d'entreprise et le mandat proprement dit).
- ✓ de décrire les principes juridiques propres à la publicité commerciale en Suisse.

Contenu

Eléments de base relatifs au droit fédéral et aux matières suivantes:

- ✓ Structure juridique de la Suisse
- ✓ Séparation des pouvoirs
- ✓ Sources de droit
- ✓ Hiérarchie des lois: concurrences de compétences et de normes
- ✓ Droit public - droit privé
- ✓ Droits réels: possession et propriété
- ✓ Formes de contrat
- ✓ Contrat de vente mobilière et immobilière, Leasing
- ✓ Contrat de travail:
 - contrat individuel de travail
 - convention collective de travail et contrat type de travail
- ✓ Contrat d'entreprise et mandat proprement dit
- ✓ Publicité commerciale:
 - protection de la personnalité et protection de données
 - concurrence déloyale (sans les cartels et les autres restrictions à la concurrence et sans surveillance de prix)
 - droit immatériel: droit d'auteur (sans droits voisins), brevets et marques.
 - règles dans le domaine de la publicité commerciale

Méthodologie

Cours en classe et travaux personnels, mises en commun, tests à blanc et commentaires

Connaissances de base en marketing

Compétence opérationnelle

A la fin du module, le/la participant/e doit comprendre les missions et les tâches d'un service marketing et comment celui-ci influence la commercialisation d'un produit ou service (dès sa conception et jusqu'à son utilisation par les consommateurs) ; ceci en :

- ✓ Sachant représenter l'objectif du marketing ainsi que les fonctions des professions impliquées et leurs tâches
- ✓ Etant capable d'expliquer la répartition des marchés (plus particulièrement en marché global, marchés partiels, segments commerciaux et groupes cible de marketing)
- ✓ Indiquant les bases des études de marchés et de l'obtention des données de base
- ✓ Comprenant le processus marketing (de la fixation des objectifs à la mise en œuvre de la stratégie sur le marché)
- ✓ Expliquant les instruments du marketing opérationnel

Contenu

- ✓ Définitions du marketing et description du processus
- ✓ Les 2 orientations du marketing : le stratégique et l'opérationnel
- ✓ Notions de base des études de marché
- ✓ La subdivision du marché (segmentation) et le choix de son public-cible (ciblage) en vue de l'obtention d'une perception différenciée (positionnement)
- ✓ Le marketing mix, les 4 P (produit, prix, distribution, communication)
- ✓ Le marketing direct

Méthodologie

Cours en classe et travaux personnels, mises en commun, tests à blanc et commentaires

Connaissances de base en communication

Compétence opérationnelle

A la fin du module, le/la participant/e doit comprendre les missions et les tâches du département de publicité et promotion; ceci en :

- ✓ Sachant expliquer les objectifs de la communication ainsi que les fonctions des professions impliquées et leurs tâches
- ✓ Pouvant citer les différents domaines de la communication commerciale
- ✓ Etant capable d'expliquer les instruments de communication et les possibilités de mise en œuvre de la publicité et de la promotion des ventes
- ✓ Décrivant la planification et le déroulement des tâches de communication
- ✓ Connaissant les principaux partenaires pour la production de moyens publicitaires
- ✓ Etant en mesure d'expliquer la structure et l'importance des principales catégories de médias ainsi que les possibilités de mise en œuvre des médias dans la communication commerciale

Contenu

- ✓ La théorie de la communication et l'élaboration d'une stratégie de communication de masse
- ✓ Différences entre publicité et promotion des ventes
- ✓ Que peut faire la publicité
- ✓ La plateforme publicitaire
- ✓ Comment travailler avec les fournisseurs
- ✓ Portrait inter médias
- ✓ La planification de la diffusion
- ✓ Les outils de la promotion des ventes

Méthodologie

Cours en classe et travaux personnels, mises en commun, tests à blanc et commentaires

Connaissances de base en relations publiques

Compétence Opérationnelle

A la fin du module, le/la participant/e doit comprendre les missions et les tâches d'un spécialiste en Relations Publiques; ceci en :

- ✓ Sachant expliquer les objectifs de la communication institutionnelle ainsi que les fonctions des professions impliquées et leurs tâches
- ✓ Etant capable de distinguer la communication institutionnelle (avec ses divers domaines d'activité) de la communication commerciale
- ✓ Etant en mesure d'expliquer les moyens et les mesures de relations publiques les plus courants
- ✓ Pouvant expliquer la mise en œuvre des médias dans la communication institutionnelle

Contenu

- ✓ Le concept d'image
- ✓ Différences entre publicité/promotion des ventes et Relations Publiques
- ✓ Les spécificités du public-cible des Relations Publiques
- ✓ Les outils des Relations Publiques
- ✓ Le service de presse

Méthodologie

Cours en classe et travaux personnels, mises en commun, tests à blanc et commentaires

Connaissances de base en vente

Compétence opérationnelle

A la fin du module, le/la participant/e doit comprendre les missions et les tâches d'un service commercial et se positionner dans celui-ci en :

- ✓ Représentant les objectifs de la vente et de la distribution ainsi que les fonctions des professions impliquées et leurs tâches
- ✓ Décrivant les différentes formes de la vente et leur fonction
- ✓ Représentant la planification du chiffre d'affaires et des ventes et leur contrôle
- ✓ Expliquant les caractéristiques et l'importance des formes de distribution et des canaux de vente les plus courants
- ✓ Expliquant les principes fondamentaux des systèmes d'offre et des réclamations

Contenu

- ✓ Les missions et les métiers de la vente et de la distribution
- ✓ Les formes de vente directes et indirectes, les canaux et les types de distribution et leurs caractéristiques
- ✓ La planification des ventes, les plans de vente (plan du chiffre d'affaires, etc.)
- ✓ L'établissement des offres et le traitement des réclamations
- ✓ Les plans de contrôle dans la vente et la distribution

Méthodologie

Cours en classe et travaux personnels, mises en commun, tests à blanc et commentaire

Matières des examens

<i>Branches</i>	<i>Durée</i>	<i>Forme</i>	<i>Pondération</i>
Connaissance de base en Economie d'entreprise	40 min.	Ecrit	1/3
Connaissance de base en Economie nationale	25 min.	Ecrit	1/3
Connaissance de base en Droit	25 min.	Ecrit	1/3
Connaissance de base du Marketing	60 min.	Ecrit	1
Connaissance de base en Vente et Distribution	30 min.	Ecrit	1
Connaissance de base en Communication de Marketing	30 min.	Ecrit	1
Connaissance de base en Relations Publiques	30 min.	Ecrit	1
Total	240 minutes / 4 heures		

La description détaillée des épreuves est contenue dans les directives qui font partie du règlement.

Celui-ci est disponible en ligne ou auprès de notre secrétariat.

Les examens d'admission ont lieu :

- ✓ Dans 3 régions linguistiques suisses
- ✓ 2 fois par année, en début (mars) et en milieu d'année (septembre)
- ✓ Sous forme informatique

Chaque candidat doit, lors de son inscription aux examens, verser une taxe d'examen au secrétariat de l'association professionnelle. La taxe a été fixée à Fr. 390.00.

Pour plus d'information : www.markom.org

Votre inscription à la formation

Conditions d'inscription

Délai

L'inscription doit être parvenue 3 semaines avant le début des cours.

A qui s'adresse la formation ?

L'examen d'admission MarKom s'adresse à toute personne, âgée de 18 au moins le jour de l'examen.

Paiement

Le prix de la formation est de CHF 3'500.-.

Possibilité d'échelonner le paiement.

Toute annulation doit s'effectuer par écrit avant le début du cours (date de réception). Tout cours débuté est entièrement dû.

Remarque

La direction se réserve le droit :

- ✓ De clôturer les inscriptions dès le nombre de candidats atteint
- ✓ De ne pas ouvrir les cours qui réuniraient un nombre insuffisant d'inscriptions ; dans ce cas la finance est remboursée intégralement
- ✓ De prendre toutes mesures jugées opportunes pour assurer la bonne marche des cours
- ✓ De modifier l'horaire



Centre Valaisan de Perfectionnement Continu
Reconnu par l'Etat du Valais et les associations professionnelles