

La vocation de l'ISCAM est de former des managers commerciaux automobiles capables d'intégrer les sièges opérationnels ou directions régionales des constructeurs et équipementiers.

Dans le périmètre d'activités qui lui est confié, le diplômé ISCAM réalise des missions liées au domaine de la promotion, de la distribution, du commerce des produits et services automobiles.

Il assure un rôle d'interface entre les cellules stratégiques du siège et les opérateurs de distribution.

Il anime le réseau de distributeurs, coordonne les actions de mise en place de la politique commerciale du constructeur auprès du réseau, participe à la remontée des informations.

Sa fonction nécessite pilotage, autonomie, disponibilité et mobilité.

Conditions d'admission

Qualités personnelles

- Motivation pour l'automobile et son environnement
- Aptitudes managériales et aisance relationnelle

Niveau scolaire et expérience professionnelle

- Niveau général (Bac +3/4 validé minimum) ou équivalent
- Première expérience professionnelle
- Bon niveau d'anglais

Permis de conduire B indispensable

Modalités d'inscription

- Dépôt d'un dossier de candidature
- Epreuves de sélection comprenant des tests écrits ainsi qu'un entretien individuel devant un jury d'admission

Durée

- 1680 heures de janvier à décembre
- Stage en entreprise : 24 semaines de juillet à décembre

Validation

- Diplôme reconnu par l'Etat de niveau I inscrit au RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnelles)
- Référencé dans la Convention Collective Nationale des Services de l'Automobile
- Possibilité d'obtention du titre par la VAE «Validation des Acquis de l'Expérience»

Fonctions exercées

- Collaborateur dans les services marketing, commerciaux et financiers des constructeurs ou équipementiers automobiles
- District Manager (chef de zone) chez les constructeurs automobiles pour la vente ou l'après-vente
- Responsable export chez les équipementiers automobiles
- Chef de produit chez les constructeurs ou équipementiers automobiles
- Directeur commercial dans les réseaux automobiles
- Directeur de centres autos

Contenu de la formation

La formation comprend plusieurs «Blocs de Compétences» :

Déploiement de la stratégie Marketing (196 h) :

- Histoire de l'industrie et contexte mondial automobile
- Panorama réglementaire de la distribution automobile
- Echanges internationaux
- Marketing stratégique automobile
- Marketing opérationnel automobile
- Marketing mix automobile
- Marché ventes sociétés et ventes VO

Développement de la stratégie financière et commerciale (238 h) :

- Gestion financière
- Evaluation d'un site de distribution automobile
- Développement des réseaux automobiles
- Technologie automobile constitutive et prospective
- Consumérisme automobile
- Fiscalité automobile

Management et animation du réseau (287 h) :

- Politique RH des constructeurs automobiles
- Communication, négociation et management de réseau
- Techniques d'exposé
- Anglais des affaires / Langue vivante 2
- Droit des contrats, droit du travail
- Management de la qualité
- Applications informatiques

Activités transversales (119 h) :

- Manifestations sportives automobiles (24 H du Mans)
- Techniques de recherche d'emploi
- Conférences / Visites salons professionnels
- Gestion projet professionnel

Développer sa maîtrise professionnelle (840 h) :

- Stage entreprise
- Rapport de mission / Soutenance orale