



LICENCE

COMMERCE, VENTE, MARKETING
DIGITAL - Délivrée par le CNAM

BAC+3

NIVEAU 6
ALTERNANCE



OBJECTIFS

Former des professionnels capables d'appréhender l'environnement économique de l'entreprise et prendre part à des activités de développement de projets et d'activités intégrant principalement des dimensions commerciales, marketing, en utilisant les méthodes et les outils appropriés.

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

- Mettre en œuvre les éléments de stratégie marketing, commerciale et de distribution définis par l'entreprise.
- Commercialiser l'offre de produits et de service de l'entreprise.
- Assurer des fonctions de reporting commercial, de pilotage de dispositif commercial.
- Utiliser les principaux outils contractuels applicables à la vente et à la distribution.
- Assurer des fonctions d'encadrement terrain de forces de vente.
- Participer à la mise en œuvre d'un dispositif de veille concurrentielle.
- Utiliser les outils de traitement de l'information qui sont les références dans la fonction commerciale.
- Mettre en œuvre des dispositifs budgétaires et de contrôle de l'activité commerciale.

POURSUITES D'ÉTUDES

- Master droit, économie et gestion mention marketing vente parcours marketing intégré dans un monde digitalisé.

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

- Marketing : chef de projet, chef de produit, responsable marketing opérationnel, chargé d'études, développeur web, marketing, community manager.
- Commerce : responsable de secteur, responsable de magasin ou d'unité commerciale, animateur commercial, chargé d'affaires.

PRÉREQUIS

- Titulaire d'un BTS dans le domaine du marketing ou de la vente.
- Classe prépa aux écoles de commerce.
- Titulaire d'un titre RNCP de niveau 5 en marketing ou vente.

DURÉE ET RYTHME

- Début de la formation en septembre de chaque année.
- 1 semaine en entreprise / 1 semaine en centre de formation.
- Formation de 560 heures sur 1 an.
- Contrat d'apprentissage de 12 mois.

COÛT DE LA FORMATION

- Les frais de formation sont pris en charge par l'Opérateur de Compétences suivant les branches professionnelles et selon les recommandations tarifaires de France Compétences et/ou OPCO.

LA FORMATION EST GRATUITE POUR LES ALTERNANTS

LA RÉMUNÉRATION

- Sa rémunération à appliquer sera celle de la grille de rémunération ou le maintien de sa précédente rémunération dans le cas d'une succession de contrats.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

La formation se tient en présentiel.
Les cours sont assurés par des enseignants experts ainsi que par des professionnels.

MOYENS PÉDAGOGIQUES :

- Cours magistraux.
- Travaux dirigés, travaux pratiques.
- Études de cas.

MOYENS TECHNIQUES :

- Accès wifi sur tout le campus.
- Salle dédiée à la formation disposant de tous les outils nécessaires (ordinateur, vidéoprojecteur...)

VALIDATION

- Chaque unité (UE) fait l'objet d'une évaluation organisée en accord avec l'Établissement public (certificateur) dans le cadre d'un règlement national des examens.

DÉLIVRÉE PAR : **le cnam**
Pays de la Loire



Inscrit au RNCP
Arrêté du 08/07/2021
Code RNCP 35924



CAMPUS SAINT-CHARLES SAINTE CROIX

75 avenue Bollée 72000 Le Mans
02 43 81 28 65 - cfp@stcharles-stecroix.org

PROGRAMME DE FORMATION

VEILLE STRATÉGIQUE ET CONCURRENTIELLE

- Enjeux et objectifs.
- Méthodologie générale et mise en place d'une veille.
- Source d'information stratégique et méthodologie de sourcing.
- Recherche d'information web 2.0 et les réseaux sociaux.
- Analyse et résultat de la veille.
- L'e-réputation.
- La protection des informations.

NÉGOCIATION ET MANAGEMENT DES FORCES DE VENTE : APPROFONDISSEMENT

- De la stratégie commerciale au plan d'action commerciale.
- Négociation et mise en œuvre du plan d'action commerciale.
- Le management des unités commerciales.

RÈGLES GÉNÉRALES DU DROIT DES CONTRATS

- Technique contractuelle.
- Conclusion des contrats.
- Exécution des contrats.

MANAGEMENT DES ORGANISATIONS

MARKETING DIGITAL ET PLAN D'ACQUISITION ON-LINE

- Comprendre les différents leviers webmarketing.
- Mettre en place les bons indicateurs.
- Mesurer la performance des actions.
- Savoir intégrer la dimension web dans la politique générale et la stratégie marketing de l'entreprise.

COMPTABILITÉ ET CONTRÔLE DE GESTION-DÉCOUVERTE

- Introduction au contrôle de gestion.
- La comptabilité de gestion.
- Le processus budgétaire.
- Les tableaux de bord de pilotage.

ANGLAIS PROFESSIONNEL

INITIATION À LA GESTION DE LA RELATION CLIENT (CRM)

- Comprendre les enjeux de la relation commerciale et du CRM.
- Impact des données sur la relation client.
- Management de la force commerciale.
- Comprendre le fonctionnement d'un site marchand vers l'omnicanalité.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE : RAPPORT D'ACTIVITÉ STRATÉGIE DE COMMUNICATION MULTICANALE

- Savoir déployer une stratégie de communication et en assurer la cohérence sur tous ses points de contacts en ligne et off-line.

MERCATIQUE I

- Les études de marchés et les nouveaux enjeux de la data.

PRATIQUES ÉCRITES ET ORALES DE LA COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

- Acquérir les outils de communication oraux et écrits mobilisés en situation professionnelle.



Les formations supérieures
de l'enseignement catholique
des Pays de la Loire

