



# LICENCE

COMMERCE, VENTE ET MARKETING SPECIALISATION DIGITAL  
Diplôme délivré 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.
- Autres formations non listées acceptées avec justification dans son parcours d'un minimum de 16 ECTS ou 160 h de formation en marketing et/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.

### ACCESSIBILITE

- Une référente handicap au services des personnes en situation de handicap. Aide à la mise en place d'aménagement de la formation et/ou des examens.
- Contact : Charline JACQUINOT
- Mail : cfp@stcharles-stecroix.org

Formation en partenariat avec le Cnam Pays de la Loire : **le cnam** Pays de la Loire



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



## 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.

## PROGRAMME DE FORMATION

### VEILLE STRATEGIQUE ET CONCURRENTIELLE

Avoir une bonne compréhension de la veille concurrentielle et stratégique, de ses enjeux et de sa place dans la politique de l'entreprise. Acquérir les connaissances des méthodes et des ressources pour réaliser une veille concurrentielle. Réaliser en groupe une étude de cas et rédiger un rapport de veille.

### ANGLAIS

Communiquer en anglais à l'oral et à l'écrit dans des situations professionnelles.

Exemples : se présenter professionnellement, accueillir un visiteur, communiquer au téléphone, participer à une réunion, gérer des rendez-vous ou des commandes, lire des documents sur l'activité de l'entreprise, analyser des offres d'emploi, rédiger des e-mails, parler de son travail et de son entreprise.

### STRATEGIE DE COMMUNICATION MULTICANAL

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

### APPLICATION DES ETUDES THEORIQUES A LA VIE DE L'ENTREPRISE

## PROGRAMME DE FORMATION

### 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.

### 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.
- Initiation aux techniques de construction de la connaissance client et de segmentation
- Analyser une stratégie multi-canal
- Management de la force commerciale
- Maîtriser les enjeux de l'internet et du commerce électronique
- L'utilisation opérationnelle du CRM

### MERCATIQUE I

- Les études de marchés et les nouveaux enjeux de la data.
- Principes et acteurs du marketing, le marché, l'histoire et le métier des études
- Méthodologies de recueil d'informations marketing,
- Conception de questionnaires
- Introduction aux études qualitatives et ethnographiques

### PRATIQUES ECRITES ET ORALES DE LA COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

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

### NEGOCIATION ET MANAGEMENT DES FORCES DE VENTE

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

### PRINCIPAUX CONTRATS DE L'ENTREPRISE : DROIT DE LA VENTE

- Etudier le régime juridique des principales conventions conclues entre l'entreprise et ses partenaires (fournisseurs, clients, prêteurs, assureurs, administration, etc. ).
- Savoir négocier, rédiger, qualifier un contrat adapté aux objectifs des parties.
- Connaître et comprendre les principales clauses insérées dans chaque type de contrat afin de prévenir les difficultés liées à son exécution.

### EXPERIENCE PROFESSIONNELLE MARKETING VENTE COMMERCE

le programme et le volume horaire de cette formation sont susceptibles d'être modifiés en fonction des évolutions du référentiel pédagogique national.



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