



Licence (L3)

Commerce, vente et marketing

Licence droit, économie, gestion mention gestion parcours commerce, vente et marketing

Crédits : 60 ECTS - code diplôme : LG03606A

Niveau d'entrée : bac+2 - Niveau de sortie : bac+3

Public concerné et conditions d'accès en L3

Toute personne engagée dans la vie active (salariés, demandeurs d'emploi).

Etre titulaire d'un diplôme bac+2 reconnu ou justifier d'une expérience significative permettant d'engager une validation des acquis de l'expérience (VAE - décret 1985). Les candidats non issus d'un parcours vente, commerce ou marketing ont 2 unités d'enseignement de prérequis à valider (ACD002 et ACD006). Vous pouvez bénéficier de dispenses au vu de votre formation antérieure et/ou de votre expérience professionnelle.

Métiers et débouchés

Fonctions d'encadrement intermédiaire : commercial, chargé de projets marketing, technico-commercial, animateur des ventes, etc. pour assurer la mise en oeuvre de la stratégie marketing et le pilotage d'actions commerciales.

Compétences visées

- 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 oeuvre d'un dispositif de veille concurrentielle.
- Utiliser les outils de traitement de l'information qui sont les références dans la fonction commerciale.
- mettre en oeuvre des dispositifs budgétaires et de contrôle de l'activité commerciale.

Conditions de délivrance du diplôme

- Avoir validé les unités d'enseignements (UE) du cursus avec une note globale égale ou supérieure à 10 tenant compte des coefficients de chaque UE (hors UE de pré-requis qui doivent être validées à 10/20).
- Avoir l'expérience professionnelle requise (durée, contenu).
- Avoir obtenu un avis favorable au rapport d'activité.
- Avoir validé le niveau d'anglais (test Bulat niveau 1).

Poursuite d'études au Cnam

- Titre professionnel Responsable en gestion (bac+4).
- Titre professionnel Responsable commercial et marketing (bac+4).
- Master Marketing-vente (bac+5).

Calendrier

L'année est organisée en 2 semestres : semestre 1 (S1) d'octobre à février/mars et semestre 2 (S2) de février/mars à juin.

• Parcours diplômant

Le cursus est proposé selon une programmation permettant d'optimiser la durée de la formation, compatible avec une activité professionnelle.

• Unités d'enseignement « à la carte »

Vous avez toute liberté pour effectuer votre choix parmi l'ensemble des unités d'enseignement (UE) qui vous sont proposées.

Consultez les plannings www.cnam-paysdelaloire.fr rubrique *Inscriptions*.

Les cours

Ils sont proposés selon une des modalités suivantes :

- **cours du soir ou le samedi matin + travail à distance** : séances de cours au Cnam en moyenne tous les 15 jours avec travail via Internet entre les séances
- **cours du soir ou le samedi matin** : une séance de cours hebdomadaire au Cnam
- **cours à distance via Internet** : autoformation avec accompagnement par un enseignant(e) (en individuel ou collectif). Utilisation de supports numériques (documents pdf, documents sonorisés, vidéos interactives, quiz d'autoévaluation...) et échanges en classes virtuelles par visioconférence (en direct ou en différé), messagerie, forums, chat...

La formation est également proposée en journée (en alternance). Renseignez-vous dans votre centre ou sur <http://alternance.cnam-paysdelaloire.fr>

Les tarifs

Ils sont consultables sur www.cnam-paysdelaloire.fr rubrique *Inscriptions*.

Contacts

- **Angers** • 02 41 66 10 66 • angers@cnam-paysdelaloire.fr
- **Cholet** • 02 41 66 05 26 • cholet@cnam-paysdelaloire.fr
- **La Roche/Yon** • 02 51 44 98 28 • laroche@cnam-paysdelaloire.fr
- **Laval** • 02 43 26 22 37 • laval@cnam-paysdelaloire.fr
- **Le Mans** • 02 43 43 31 30 • lemans@cnam-paysdelaloire.fr
- **Nantes** • 02 40 16 10 95 • nantes@cnam-paysdelaloire.fr
- **Saint-Nazaire** • 02 40 90 50 00
- saint-nazaire@cnam-paysdelaloire.fr

Programme

PRÉ-REQUIS		
Les candidats ne possédant pas d'acquis de formation dans le domaine de la vente, le commerce et le marketing ont 2 UE en sus à valider :		
ACD002	Négociation et management de la force de vente	6 CR
ACD006	Fondamentaux des techniques de vente	8 CR
ESC103	Veille stratégique et concurrentielle	4 CR
ACD109	Négociation et management des forces de vente : approfondissements	4 CR
DRA103	Règles générales du droit des contrats	4 CR
EME101	Management des organisations	6 CR
ESC123	Marketing électronique - marketing digital	6 CR
ESC122	Stratégie de communication multicanal	4 CR
CCG101	Comptabilité et contrôle de gestion : initiation I	4 CR
ESC101	Mercatique I : les études de marché et les nouveaux enjeux de la Data	6 CR
CCE105	Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle	4 CR
CFA116	Comptabilité et analyse financière	6 CR
ANG300	Anglais professionnel	6 CR
ESD104	Politiques et stratégies économiques dans le monde global	6 CR
UA2B12	Test d'anglais (Bulat niveau 1)	2 CR
UAMI08	Expérience (1 an dans le domaine ou 1 an hors domaine + 6 mois de stage) et rapport d'activité	10 CR

Les unités d'enseignement (UE) correspondent à des crédits européens : 4, 6 ou 8 crédits. 1 crédit correspond à environ 10h d'apprentissage : cours magistral, exercices dirigés, travail sur projet etc.

La licence L3 correspond à 60 crédits répartis entre des crédits d'enseignement et des crédits d'expérience professionnelle. (CR : crédits)

ESC103 Veille stratégique 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 la veille concurrentielle, mettre en application les apports théoriques à travers une mise en situation issue d'un cas réel d'entreprise.

ACD109 Négociation et management des forces de vente : approfondissements

Préparer et entraîner les participants à intégrer la démarche marketing dans la conception du plan d'action commerciale et à assurer la mise en oeuvre des actions retenues - Compléter et actualiser les connaissances des auditeurs dans le domaine de la négociation et du management des forces de vente - Concevoir et assurer la mise en oeuvre d'un plan d'action commerciale. Analyser un marché - Préparer et conduire un entretien de vente et une négociation.

DRA103 Règles générales du droit des contrats

Maîtriser les aspects théoriques et pratiques du droit des contrats et des obligations - Acquérir une bonne connaissance des règles générales gouvernant les relations entre l'entreprise et ses partenaires (fournisseurs, clients, prêteurs, assureurs, administration, etc.) - Comprendre les étapes de la conclusion d'un contrat et gérer les risques inhérents à son exécution - Savoir lire un contrat et gérer son exécution.

EME101 Management des organisations

Une représentation de l'activité de l'entreprise - Les processus - Un regard historique sur les entreprises - La gestion d'équipe - L'analyse de l'entreprise.

ESC123 Marketing électronique - marketing digital

Avoir une vision plus claire de l'utilisation des technologies de l'information en communication et commerce électronique - Savoir mieux évaluer les potentialités et les enjeux de l'e-business pour son activité - Savoir intégrer la dimension web dans la politique générale et la stratégie marketing de l'entreprise - Participer efficacement à des projets concrets dans ces domaines.

ESC122 Stratégie de communication multicanal

Comprendre le fonctionnement de la communication - Comprendre comment le digital impacte la communication des entreprises, des marques et des produits - Savoir comment se définit une stratégie de communication - Connaître les outils permettant d'assurer la cohérence de la communication d'une marque sur tous ses points de contacts (plateforme de marque, charte graphique...) - Connaître le fonctionnement de la copy-stratégie et savoir décrypter un message - Savoir faire l'analyse de son environnement concurrentiel (mapping).

CCG101 Comptabilité et contrôle de gestion : initiation I

Comprendre les fondements de la comptabilité de gestion et du contrôle de gestion pour saisir la manière dont on les utilise et communiquer avec les spécialistes. S'adresse aux auditeurs ne souhaitant pas se spécialiser dans la discipline.

Compréhension et capacité à dialoguer avec les spécialistes de la discipline. Cet enseignement est destiné à des généralistes de la gestion ou des spécialistes des autres champs disciplinaires de la gestion.

ESC101 Mercatique I : les études de marché et les nouveaux enjeux de la Data

Principes et acteurs du marketing, le marché, le métier des études - Démarche d'une étude sur un exemple simple - Méthodologies de recueil d'informations marketing, conception de questionnaires - Introduction aux études qualitatives et ethnographiques - Échantillonnage aléatoire et par quotas, notions de stratification - Analyse d'informations marketing, rappels de statistiques descriptives, application à la segmentation de clientèle (typologie) et au positionnement de produits (analyse factorielle) - Panels de consommateurs, de distributeurs et d'audience ; « access panels » ; panels d'internautes ; Single source - Etudes internes - Etudes en ligne, forums de co création, e-réputation, communautés online - Scoring et géomarketing.

CCE105 Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle

Faire acquérir les outils de communication oraux et écrits mobilisés en situation professionnelle - Sensibiliser aux différentes ressources de l'écrit (papier ou électronique) et de l'oral à mobiliser selon les situations de travail dans une organisation.

CFA116 Comptabilité et analyse financière

Les finalités et les acteurs de l'information comptable - Le modèle comptable et le contenu des états financiers - L'interprétation des états financiers - Analyse d'un cas d'entreprise / simulateur.

ANG300 Anglais professionnel

Améliorer ses compétences en anglais oral et écrit pour communiquer efficacement dans des situations professionnelles courantes - 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 - Se préparer à la certification des compétences décrites dans le CECRL (Cadre européen commun de référence pour les langues), notamment par le Bulats (Business Language Testing Service).

ESD104 Politiques et stratégies économiques dans le monde global

Mondialisation et financiarisation de l'économie - Les entreprises face au marché unique et à la monnaie unique - Compétitivité et attractivité de la France.

UAMI08 Rapport d'activité

Un guide méthodologique est à votre disposition. Demandez-le à votre conseiller formation.