



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).

Être 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). 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 ;
- Avoir l'expérience professionnelle requise (durée, contenu) ;
- Avoir obtenu un avis favorable au rapport d'activité.

Poursuite d'études au Cnam

- Titre professionnel Responsable en gestion (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 des UE proposées par le www.cnam-paysdelaloire.fr rubrique Inscriptions. D'autres UE proposées à distance sont disponibles sur le réseau Cnam. Renseignez-vous auprès de nous.

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 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.

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 • laual@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

	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
	MSE101 Management des organisations	6 CR
	ESC123 Marketing électronique - marketing digital	6 CR
	CCG100 Comptabilité et contrôle de gestion - Découverte	4 CR
	CSV002 Initiation à la gestion de la relation client (CRM)	6 CR
2 UE (10 CR) AU CHOIX	ESC122 Stratégie de communication multicanal	4 CR
	CCE105 Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle	4 CR
	CSV003 Initiation au marketing BtoB	6 CR
	ESD104 Politiques et stratégies économiques dans le monde global	6 CR
	ANG300 Anglais professionnel	6 CR
	UAM110 Expérience professionnelle	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

Introduction : veille stratégique et concurrentielle, enjeux et objectifs - Méthodologie générale de mise en place d'une veille, d'un plan de veille - Sources d'information et méthodologie de sourcing - Outils de recherche automatisée et services de veille professionnels - Recherche d'information web 2.0 et réseaux sociaux - Datamining, analyse et résultats de la veille - E-réputation - Protection des informations.

ACD109 Négociation et management des forces de vente : approfondissements

De la stratégie commerciale au plan d'action commerciale : La conception du plan d'action commerciale - Communication directe et vente directe - Les nouvelles formes de distribution (franchise, téléachat, ...) - Le rôle des technologies de l'information, évolutions et perspectives - Internet et E. Commerce - Négociation et mise en œuvre du plan d'action commerciale : Techniques de négociation, méthodes générales et cas particuliers - Le marketing d'affaires : la négociation industrielle et de projets - Le management des unités commerciales : Organisation de la prospection - Animation et contrôle des équipes de vente - Communication sur le point de vente.

DRA103 Règles générales du droit des contrats

Technique contractuelle : Recherche du contractant - Pourparlers - Clauses usuelles - Rédaction et signature du contrat. Conclusion des contrats : Classification des contrats - Formation des contrats - Modification des contrats - Interprétation des contrats. Exécution des contrats : Régime des obligations contractuelles - Responsabilité - Inexécution des contrats - Extinction des contrats (résiliation, résolution) - Gestion des litiges liés à l'exécution du contrat.

MSE101 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

Chiffres clés - Présentation des leviers d'acquisition de trafic - Modèles de rémunération - Les Business models du digital - La Transformation

digitale et son impact sur les métiers - Les Enjeux de l'omnicanal - Les Enjeux de la data - L'Email marketing - Le Content marketing - Le Social Media - L'Affiliation, Display et les Partenariats - Le Référencement naturel - Le Référencement payant - Le CRM et le marketing automation - La Stratégie digitale

CCG100 Comptabilité et contrôle de gestion - Découverte

Comprendre l'articulation comptabilité générale, comptabilité de gestion et contrôle de gestion - Comprendre les objectifs et principes fondamentaux du contrôle de gestion et de la comptabilité de gestion - Connaître les objectifs et les principes fondamentaux des principales méthodes de calcul des coûts - Connaître les principales étapes du processus budgétaire (élaboration des budgets et contrôle budgétaire) - Connaître les principes fondamentaux de la construction d'un tableau de bord de pilotage.

CSV002 Initiation à la gestion de la relation client (CRM)

Initiation à la gestion de la relation client permettant d'avoir une vision opérationnelle d'une démarche orientée gestion de la relation client. Comprendre les enjeux de relation commerciale et du CRM - Analyser une stratégie multi-canal - L'utilisation opérationnelle du CRM (l'optimisation des canaux d'interactions client) - Gérer les outils liés aux technologies avancées - Maîtriser les enjeux de l'Internet et du commerce électronique - Comprendre le fonctionnement d'un site marchand.

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).

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.

CSV003 Initiation au marketing BtoB

Différences entre marketing b-to-b & b-to-c - L'environnement de l'entreprise - le marketing produit - Adapter l'action marketing aux étapes du processus de vente - de l'acquisition du lead au closing de la vente - Alignement de la vente et du marketing.

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.

ANG300 Anglais professionnel

Anglais de l'entreprise et du monde professionnel travaillé à partir de situations de communication. Informations personnelles et professionnelles - Tâches professionnelles quotidiennes - Relations avec les collègues et les clients - Voyager - Acheter et vendre - Entreprise et environnement de travail - Produits et services - Résultats et accomplissements - Communication téléphonique et écrite - Réunions de travail.

UAM110 Expérience professionnelle

Rédaction d'un rapport d'activité : un guide méthodologique est à votre disposition sur l'Espace Numérique de Formation (ENF) ou auprès de votre conseiller formation.