



LICENCE GESTION, COMMERCE, VENTE, MARKETING



Mention gestion, parcours gestion commerce, vente et marketing

Crédit : 60 ECTS Code LG03606A

Niveau d'entrée : Bac + 2

Niveau de sortie : Certification de niveau II - Bac + 3

Public concerné et conditions d'accès

En L3 :

- Aux titulaires d'un diplôme de niveau Bac +2 ou d'un titre professionnel RNCP de niveau III ;
 - Aux personnes ayant validé les années L1 et L2 d'une licence DEG soit 120 crédits ECTS ;
 - Aux personnes justifiant d'un niveau de formation Bac+2 (validation des études supérieures - VES) ;
 - Aux personnes justifiant d'une expérience professionnelle ou personnelle (VAE et VAP85).
- Les candidats ne possédant pas d'acquis de formation dans le domaine de la vente, du commerce et du marketing doivent obtenir en prérequis les cours ACD002 et ACD006.

Compétences visées

- 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.

Conditions de délivrance du diplôme

Avoir une moyenne générale pondérée de 10/20 aux UA.

Les principes de compensation des notes en licence générale sont consultables auprès du secrétariat de votre centre

Justifier d'un an d'expérience professionnelle dans un ou plusieurs domaines couverts par la Licence.

Description de la formation L3

Planning

@ ESC103	Veille stratégique et concurrentielle	4 ECTS	
@ ACD109	Négociation et Management des forces de vente : approfondissements	4 ECTS	
@ DRA103	Règles générales du droit des contrats	4 ECTS	
@ MSE101	Management des organisations	6 ECTS	
@ ESC123	Marketing électronique - Marketing Digital	6 ECTS	
ESC122	Stratégie de communication multicanal	4 ECTS	
@ CCG101	Comptabilité et contrôle de gestion Initiation I	4 ECTS	
@ ESC101	Mercatique I : les études de marché et les nouveaux enjeux de la Data	6 ECTS	

10 crédits au choix parmi

@ CFA116	Comptabilité et analyse financière	6 ECTS	
@ CCE105	Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle	4 ECTS	
@ ANG300	Anglais professionnel	6 ECTS	
ESD104	Politiques et stratégies économiques dans le monde global	6 ECTS	

UA2B12	Test d'anglais (BULATS niveau 1)	2 ECTS	
ARA100	Cours de langue et de culture arabes, parcours collectif	6 ECTS	
UAMI08	Expérience professionnelle	10 ECTS	

@ Cours également disponible en ligne (Ile-de-France)

@ Cours également disponible en ligne (Région)

ECTS : Système européen de transfert et d'accumulation de crédits.

ACD109 - Négociation et Management des forces de vente : Approfondissement

Crédits : 4 ECTS

Objectifs pédagogiques

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

Contenu de la formation

- 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 oeuvre 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
- Exercices dirigés (études de cas)

ESC103 - Veille stratégique et concurrentielle

Crédits : 4 ECTS

Objectifs pédagogiques

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.

Contenu de la formation

- Introduction : la veille stratégique et concurrentielle, ses enjeux et ses objectifs
- Méthodologie générale de mise en place d'une veille, plan de veille
- Sources d'information stratégique et méthodologie de sourcing
- Outils de recherche automatisée et services de veille professionnels
- La recherche d'information web 2.0 et les réseaux sociaux
- Datamining, analyse et résultats de la veille
- Le benchmarking et les avis d'experts
- L'espionnage industriel et la protection de ses informations

DRA103 - Règles générales du droit des contrats

Crédits : 4 ECTS

Public concerné et conditions d'accès

Avoir le niveau de l'UE DRA001 et DRA002 ou posséder de bonnes connaissances de base en droit des affaires.

Objectifs pédagogiques

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. 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.

Contenu de la formation

- Technique contractuelle
- Conclusion des contrats
- Exécution des contrats

MSE101 - Management des organisations

Crédits : 6 ECTS

Objectifs pédagogiques

Ce cours se focalise sur l'organisation des entreprises. L'objectif principal est de comprendre leur fonctionnement et appréhender leur gestion. Chaque thématique est abordée sous un angle théorique autant que pratique à travers des outils de gestion. L'auditeur devra prendre le point de vue du manager pour analyser une situation, la caractériser et fournir des recommandations. Faire des liens pertinents entre théories et pratiques managériales en développant une posture réflexive.

Contenu de la formation

- Une représentation de l'activité de l'entreprise
- De la PME à la multinationale : les crises de croissance (Modèle de Greiner)
- Principes et formes d'organisation de l'entreprise
- L'interaction entre processus et organisation
- La stratégie d'entreprise et son articulation avec l'organisation
- Les processus
- La cartographie des processus
- La mesure de la performance des processus
- La qualité et la gestion des processus
- Un regard historique sur les entreprises
- De l'âge du commerce à l'apparition de la grande entreprise
- Les transformations contemporaines de la firme
- La gestion d'équipe
- Les grandes théories de la conduite des hommes
- Les différentes approches contemporaines du leadership et de la motivation.
- Le métier de manager
- L'analyse de l'entreprise
- La culture d'entreprise : l'approche gestionnaire et l'approche sociologique
- L'analyse stratégique des organisations

ESC122 - stratégie de communication multicanal

Crédits : 4 ECTS

Objectifs pédagogiques

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

Contenu de la formation

- 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)

Cette UE s'appuiera sur des cours magistraux, des ateliers de mise en pratique et sera illustré de multiples exemples concrets et récents.

ESC123 - Marketing électronique - Marketing Digital

Crédits : 6 ECTS

Public concerné et conditions d'accès

Avoir une bonne connaissance préalable du marketing, le cours s'appuyant sur des connaissances générales en marketing.

Objectifs pédagogiques

- 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.

Contenu de la formation

- 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
- L'e-CRM et le marketing automation
- La Stratégie digitale

CCG101 - Comptabilité et contrôle de gestion Initiation I

Crédits : 4 ECTS

Objectifs pédagogiques

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. Maîtriser les objectifs, les principes fondamentaux, les intérêts et les limites des différentes méthodes de calcul de coûts : coûts complets (par centres d'analyse et ABC), coûts partiels (coûts variables, coûts spécifiques, coût marginal...), imputation rationnelle des charges fixes et coût cible

Contenu de la formation

- Thème principal : comprendre et maîtriser les fondamentaux de la comptabilité de gestion
- Introduction au contrôle de gestion : Finalités du contrôle de gestion et de la comptabilité de gestion, articulation contrôle de gestion et comptabilité de gestion, concepts clés de la comptabilité de gestion, typologie des coûts... Méthode du coût complet par centres d'analyse :
- Objectifs et principes fondamentaux de la méthode
- Principales étapes de la méthode
- Traitement des charges indirectes : Répartitions primaire et secondaire des charges indirectes sans et avec prestations réciproques
- Calcul des coûts complets aux différents stades du processus de production : coût d'acquisition et stocks, coût de production et stocks, coût hors production, coût de revient et résultat
- Intérêts et limites : comprendre les subventions croisées
- Approfondissements : prise en comptes des en-cours de production et des produits joints
- Méthode du coût complet par activités (méthode ABC) :
- Objectifs et principes fondamentaux de la méthode ABC
- Principales étapes de la méthode ABC
- Intérêts et limites : mise en perspective de la méthode des coûts complets par centres d'analyse et de la méthode du coût complet par activité
- Approfondissement : l'ABM comme prolongement de la méthode ABC
- Méthode de l'imputation rationnelle des charges fixes :
- Objectifs et principes fondamentaux de l'imputation rationnelle des charges fixes
- Principales étapes de l'imputation rationnelle des charges fixes
- Les principales méthodes de calcul des coûts en coûts partiels :
- Objectifs, principes fondamentaux, intérêts et limites
- Méthode des coûts variables
- Méthode du coût spécifique
- Méthode des coûts directs
- Les indicateurs d'analyse du risque d'exploitation : seuil de rentabilité, seuil d'indifférence, marge de sécurité, levier d'exploitation...
- Politique des prix : élasticité prix, prix optimum, zone de profitabilité
- Le Coût marginal
- Objectifs et principes fondamentaux du coût marginal
- Le Coût cible :
- Objectifs et principes fondamentaux du coût cible
- Principales étapes de la méthode du coût cible
- Intérêts et limites
- Approfondissement : l'analyse de la valeur

Conservatoire national des arts et métiers d'Ile-de-France

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

Crédits : 6 ECTS

Objectifs pédagogiques

Acquérir ou approfondir les notions de base des études marketing par une pédagogie active, illustrée de nombreux exemples concrets.

Contenu de la formation

- 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
- Cas concrets d'applications, exposés d'experts
- ED d'application sur les principaux chapitres

CFA116 - Comptabilité et analyse financière

Crédits : 6 ECTS

Objectifs pédagogiques

- Permettre à des non spécialistes de comprendre les référents des modèles comptables et de savoir lire les états financiers de l'entreprise. Être capable de réaliser une analyse financière succincte à partir des documents comptables de synthèse. Être capable de comprendre les logiques de calcul de coûts.

Contenu de la formation

- Finalités et acteurs de l'information comptable
- Modèle comptable et contenu des états financiers
- L'interprétation des états financiers
- Analyse d'un cas d'entreprise / simulateur

CCE105 - Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle

Crédits : 4 ECTS

Public concerné et conditions d'accès

Maîtrise des savoirs de base (syntaxe, vocabulaire, orthographe) à l'oral comme à l'écrit.

Objectifs pédagogiques

Faire acquérir les outils de communication oraux et écrits mobilisés en situation professionnelle.

Contenu de la formation

Deux axes de travail sont proposés, organisés en 2 séquences, sur les outils de travail oraux et écrits mobilisés dans le cadre de l'activité.
Axe 1 - Dynamique de l'interaction orale
Axe 2 - L'écrit comme outil de travail pour le partage des connaissances et la construction d'une mémoire collective.

ANG300 - Anglais professionnel

Crédits : 6 ECTS

Public concerné et conditions d'accès

Auditeurs déjà inscrits dans un cursus au Cnam

Objectifs pédagogiques

- 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).

Contenu de la formation

- Les contenus seront adaptés par l'enseignant en fonction du niveau du groupe.
- La compréhension de l'écrit et de l'oral, l'expression à l'écrit et à l'oral, l'interaction à l'oral, la grammaire et le lexique de l'anglais de l'entreprise et du monde professionnel seront travaillés à partir de situations de communication.
- A titre indicatif, les thèmes suivants pourront être abordés :
 - Informations personnelles
 - Le bureau, l'environnement professionnel général et les tâches quotidiennes
 - Relations avec les collègues et les clients
 - Voyager
 - Acheter et vendre
 - Produits et services
 - Résultats et accomplissements

ESD104 - Politiques et stratégies économiques dans le monde global

Crédits : 6 ECTS

Objectifs pédagogiques

Apporter une culture économique et stratégique sur les évolutions de l'économie européenne et de la globalisation pour améliorer la prise de décision personnelle et professionnelle.

Contenu de la formation

- Rappels de notions de base en micro et macroéconomie.
- Mondialisation et financiarisation de l'économie. Il s'agit d'expliquer les transformations de l'économie mondiale avec la globalisation des marchés financiers qui s'est accélérée depuis les années 1980. Causes de la révolution financière internationale ; évolution du système monétaire international. Forces et fragilités des marchés financiers. Causes et conséquences de la crise économique et financière de 2008 - 2009. Réforme du système financier international (G20, politiques européennes).
- Les entreprises face au marché unique et à la monnaie unique. Comment fonctionne le marché unique européen ? Mise en place de la zone euro ; optimisation de la politique économique européenne ; quelle politique de change face aux Etats-Unis et à l'Asie ? Évolution de la zone euro. Risques et opportunités du développement de la zone euro pour les entreprises.
- Compétitivité et attractivité de la France. Forces et faiblesses de l'économie française dans la zone euro et le monde global. Quelles réformes de la protection sociale pour réduire les charges des entreprises ? Quelles réformes de la fiscalité pour faire face à la compétition fiscale intra-européenne ? Quelles réformes de l'organisation territoriale pour permettre à nos territoires d'accélérer leur développement ?

ARA100 - Cours de langue et de culture arabes, parcours collectif

Crédits : 6 ECTS

Objectifs pédagogiques

Deux niveaux sont proposés :
- Une initiation à la langue arabe, à l'écrit, à l'oral et à sa culture (A0 vers A1 du cadre européen pour les langues)
- Un niveau élémentaire (A1 vers A2 du cadre européen pour les langues)

Contenu de la formation

Pour le cours d'initiation (A0 vers A1) :

Apprentissage du système graphique
Lecture débutant (objectif A1 texte voyellé)
Se présenter : famille, études, loisirs, se décrire, décrire l'autre.
Les chiffres, les couleurs, le temps qu'il fait
apprécier un poème ou extrait de roman très court.

Pour le niveau élémentaire (A1 vers A2 du CECR)

Atteindre le niveau A2 du cadre européen pour les langues, c'est-à-dire avoir une maîtrise élémentaire de la langue, comprendre et transmettre des informations simples sur des sujets familiers. En fin de formation :
Compréhension de l'oral : être capable de comprendre des messages oraux simples ayant un rapport avec l'environnement proche de l'apprenant (travail, famille, achat).
Production orale : être capable de produire une série de phrases pour décrire sa formation, son environnement professionnel, sa famille.
Compréhension de l'écrit : être capable de lire des textes courts, de trouver une information prévisible dans des documents courants (publicité, menus, prospectus, article courts, horaires, courriels simples).
Interaction orale : être capable de poser des questions élémentaires et y répondre. Être capable des échanges brefs.
Production écrite : être capable d'écrire des messages simples (courriels, textos).
Développement de compétences interculturelles élémentaires.