Licence Droit, Economie, Gestion mention Gestion parcours Commerce, vente et marketing

Présentation

Publics / conditions d'accès

Plusieurs cas de figure :

- Le candidat dispose déjà d'une **L1 et L2 en Droit Economie Gestion**, il peut intégrer automatiquement la formation. (Voir la rubrique Inscription)
- Le candidat dispose d'un ***BTS, d'un DUT dans le domaine du marketing ou de la vente*** BTS Management des Unités Commerciales, BTS Management Commercial Opérationnel, BTS Négociation et digitalisation de la relation client, BTS Négociation de la Relation Client., BTS Gestion de la PME, BTS Banque Conseillé de clientèle, BTS Commerce International, BTS Technico-commercial, BTS Communication, DUT Gestion des Entreprises et Administration, DUT Technique de Commerciale, DUT Gestion administrative et commerciale, d'une formation Classe préparatoire aux Ecoles de Commerce ou d'un **titre RNCP de niveau III en marketing ou en vente.**

  D'une façon générale, afin d'assurer des conditions optimales pour le suivi du diplôme, les formations non listées ci-dessus entre dans l'acceptation de droit si elles respectent (sur justificatif du programme détaillé) le point suivant :

  La formation équivalente à la L1 et la L2 suivi par le candidat justifie, sur les deux années, d'un minimum de 16 ECTS (soit un minimum de 160h de cours) dans les matières marketing et/ou vente uniquement.

Il peut s'inscrire directement en L3.

Le candidat ne dispose **pas d'un Bac+2** en gestion OU il a suivi une formation hors gestion (bac+2 en Droit, en Economie, en Lettres, Sciences, STAPS, etc). Il doit déposer un dossier de VAPP (Validation d'Acquis Professionnels et Personnels).

Le candidat dispose d'un **bac+3 ou plus dans un domaine connexe** au marketing et à la vente (Bac+3 en Psychologie, Droit, etc).

Il faut compléter un dossier de VES (Validation d'Enseignement Supérieur) pour intégrer la L3. Le dossier sera évalué par une commission qui statuera sur la cohérence de la demande et délivrera une équivalence de la L1 et L2.

Objectifs

Les titulaires de la licence auront acquis l'aptitude globale :
- à appréhender l'environnement économique de l'entreprise
- à mettre en œuvre les techniques et méthodes générales utilisées dans les fonctions commerciales (droit, communication, anglais, management, comptabilité et gestion)
- à maîtriser et mettre en œuvre les techniques fondamentales utilisées dans les fonctions commerce /vente /distribution /marketing

Les titulaires de la licence possèderont les connaissances et compétences attendues pour prendre part à des activités de développement de projets et d'activités intégrant principalement des dimensions commerciales, marketing, en utilisant les méthodes et outils appropriés et à un niveau de responsabilité et d'autonomie significatif. Ces fonctions seront exercées à des niveaux de responsabilité relevant de l'encadrement intermédiaire ou encore de proximité.

Modalités de validation

Mis à jour le 13-06-2023

Arrêté du 08 juillet 2021. Accréditation jusque fin 2024-2025. le 08-07-2021

Fin d'accréditation au 31-08-2025

Code : LG03606A

180 crédits

Licence

Responsabilité nationale : EPN15 - Stratégies / Valérie CHARRIERE-GRILLON

Responsabilité opérationnelle : Stéphane BOURLIATAUX-LAJOINIE

Niveau CEC d'entrée requis : Niveau 4 (ex Niveau IV)

Niveau CEC de sortie : Niveau 6 (ex Niveau II)

Mention officielle : Arrêté du 08 juillet 2021. Accréditation jusque fin 2024-2025.

Mode d'accès à la certification :

- Contrat de professionnalisation
- Apprentissage
- Validation des Acquis de l'Expérience
- Formation continue

NSF : Commerce, vente (312m) , Etudes de marchés et projets commerciaux (312n) , Négociation et vente (312t)

Métiers (ROME) :

Code répertoire : RNCP35924

Code CertifInfo : 92839

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté
75003 Paris
01 58 80 86 55
Zahra ADJLOUT
zahra.adjlout@lecnam.net

L'ensemble des cours sont compensables au sein d'une même année, à l'exception de l'UAM110 qui doit être validée séparement.

L'UAM110 doit être présentée à la fin du cursus et ne peut pas donner lieu à une validation anticipée.

Compétences

- 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.

Enseignements

180 ECTS

L1 60 ECTS

Présentation générale du droit	DRA001	4 ECTS
Économie Générale : macroéconomie	EAR002	6 ECTS

Une UE à choisir parmi : 6 ECTS

Les outils bureautiques	NFE001	6 ECTS
Excel avancé	NFE002	6 ECTS

Outils et démarche de la communication écrite et orale	CCE001	4 ECTS
Bases et outils de gestion de l'entreprise	CFA006	6 ECTS
Organisation du travail et des activités	DSY005	6 ECTS
Comptabilité et gestion de l'entreprise	CFA010	12 ECTS
Enjeux sociaux et environnementaux du travail et de l'emploi	TET010	6 ECTS

Une UE à choisir parmi : 6 ECTS

Introduction à la sociologie	AST001	6 ECTS
Projet personnel et professionnel : auto-orientation pédagogique	FPG003	6 ECTS
Techniques de la statistique	STA001	6 ECTS

Expérience professionnelle	UAM10G	4 ECTS

L2 60 ECTS

Economie Générale : microéconomie	EAR001	6 ECTS
Initiation aux techniques juridiques fondamentales	DRA002	6 ECTS
Fondements du marketing	ACD001	6 ECTS
Négociation et management de la force de vente : fondements	ACD002	6 ECTS
Initiation au management et Gestion des Ressources Humaines	FPG001	4 ECTS
Droit du travail : bases - aspects individuels et collectifs	DRS003	4 ECTS

Au choix parmi : 18 ECTS

Techniques de prospection commerciale	ACD003	4 ECTS
Techniques de négociation commerciale	ACD004	4 ECTS
Recherche d'informations: théorie et pratique sur le web	TET007	6 ECTS
Fondamentaux des techniques de vente	ACD006	8 ECTS

Expérience professionnelle	UAM106	10 ECTS

L3 60 ECTS

Veille stratégique et concurrentielle	ESC103	4 ECTS
Négociation et Management des forces de vente : approfondissements	ACD109	4 ECTS
Règles générales du droit des contrats	DRA103	4 ECTS
Management des organisations	MSE101	6 ECTS
Marketing Digital et Plan d'acquisition on-line	ESC123	6 ECTS
Comptabilité et contrôle de gestion- Découverte	CCG100	4 ECTS
Anglais professionnel	ANG320	6 ECTS
Datascience au service de la gestion de la relation client – CRM	CSV002	6 ECTS

10 crédits à choisir parmi : 10 ECTS

Stratégie de communication multicanal	ESC132	6 ECTS
Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data	ESC101	6 ECTS
Techniques de marchandisage	ACD005	6 ECTS
Initiation au marketing BtoB	CSV003	6 ECTS
Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle	CCE105	4 ECTS
Politiques et stratégies économiques dans la mondialisation	ESD104	6 ECTS

Expérience professionnelle licence générale marketing vente commerce L3	UAM110	10 ECTS

Blocs de compétences

Code, N° et intitulé du bloc	Liste de compétences
LG036C16 RNCP35924BC01 Marketing digital et ecommerce (Usages numériques)	- Utiliser les leviers du marketing digital - Evaluer les potentialités et les enjeux de l'e-business d'une entreprise - Acquérir les connaissances et les outils pour réaliser une veille concurentielle
LG036C26 RNCP35924BC02 Exploitation de données à des fins d'analyse marketing et commerciales (Exploitation de données à des fins d'analyse)	• Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation. • Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation. • Développer une argumentation avec esprit critique.
LG036C36 RNCP35924BC03 Expression et communication écrites et orales	• Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. • Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère. SAVOIR COMMUNIQUER DANS SON CHAMP DISCIPLINAIRE
LG036C46 RNCP35924BC04 Positionnement vis-à-vis d'un champ professionnel	• Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis de la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder. • Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte. • Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs.
LG036C56 RNCP35924BC05 Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle (Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle)	• Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives. • Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale. • Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet. • Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique.
LG036C66 RNCP35924BC06 Appréhension du monde des affaires	Comprendre l'éco-système du monde des affaires et en assurer une veille, tant sur les plans géopolitiques, sociologiques, économiques que managériaux, etc. Anticiper les futurs possibles du monde des affaires afin d'en détecter les menaces, les opportunités, les tendances, les risques possibles, etc.
LG036C76 RNCP35924BC07 Utiliser les méthodes et techniques de la gestion courante des organisations pour préparer et mettre en oeuvre des décisions des organisations (Utilisation de techniques et d'outils de	- Appliquer des techniques et outils en gestion - Contrôler le respect des règles, pratiques, normes, etc. - Recueillir et exploiter les données afin de les analyser

gestion)	
LG036C86 RNCP35924BC08 Mise en oeuvre de méthodes en marketing/vente (Développement des pratiques professionnelles en gestion)	- Concevoir et assurer la mise en œuvre d'un plan d'action commerciale, conduire un entretien de vente, une négociation - Compendre et analyser la gestion de la relation client (CRM) dans une stratégie marketing et commerciale d'une entreprise en intégrant les nouvelles technologies - Utiliser les techniques de vente dans un espace commercial