



Métiers du Management



LICENCE DROIT, ECONOMIE, GESTION MENTION PARCOURS COMMERCE VENTE ET & MARKETING

LICENCE COMMERCE VENTE ET & MARKETING

BAC+3 en alternance

Licence délivrée par le CNAM National (niveau 6)

Code RNCP 35924 / Date d'enregistrement 24/09/2021

Métiers visés

Attaché commercial, Chef de secteur, Chef de produit,
Chargé de promotion, Marketing, Chargé de projet marketing
Assistant marketing, Chargé de clientèle...



Objectifs de la formation / Compétences visées

La licence Commerce, Vente & Marketing (BAC+3) permettra de vous former en vue de l'exercice de fonctions d'encadrement intermédiaire ou de proximité dans trois secteurs :

- Développement commercial, national ou international,
- Management et processus organisationnels. Identifier les fonctions d'une organisation et ses relations avec l'ensemble de ses parties prenantes. Mobiliser les principaux concepts de la gestion des organisations dans le cadre des analyses en : comptabilité, finance d'entreprise, finance de marché, marketing, stratégie, gestion des ressources humaines, systèmes d'information. Utiliser les méthodes et techniques de la gestion courante des organisations pour préparer et mettre en œuvre des décisions des organisations. Observer, décrire et évaluer la mise en œuvre par une organisation des principes managériaux fondamentaux.
- Gestion administrative et commerciale,

Prérequis

Pour les personnes ayant un BAC+2 validé (120ECTS), Titre professionnel inscrit au RNCP de niveau 5 ou DUT dans le domaine du marketing ou de la vente.

Pour les personnes ayant validé les années L1 et L2 d'une licence (120ECTS) en droit économie, gestion.

Pour les personnes titulaires d'un bac + 2 d'un autre domaine : Suivre un module complémentaire suivant les préconisations du certificateur après passage en commission des candidatures.

Public

- ✓ Demandeur d'emploi
- ✓ Etudiant
- ✓ Salarié

Nombres de participants

Minimum : 15
Maximum : 90

Durée

550 H de formation (formation présentielle)
12 mois d'alternance en entreprise

Modalités et délais d'accès pour l'entrée en formation

- ✓ Dépôt du dossier d'inscription complet (inscription sur le site internet de l'établissement).
- ✓ L'admission définitive sera soumise à la signature d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation avec une entreprise.
- ✓ Rentrée : fin Septembre/début Octobre ou dans les 15 jours suivants la signature du contrat si signature après le début de la formation.

Vous accompagner dans votre choix... ?

Mme Géraldine LEROY

Responsable Pôle Alternance Etudes Sup
alternance@st-jo.com

Déclaration d'activité : 31620136562

Conception A. LEFRANC 01/12/2023 V.1



Pour déposer sa candidature : www.st-jo.com
(rubrique CAMPUS) ou QR CODE ci-contre

Plus d'informations, contacter :

M. Aurélien LEFRANC

Attaché de Direction – Admission

03 21 99 06 99 - inscriptions@st-jo.com

Modalité d'évaluation

- ✓ Tests de positionnement
- ✓ Contrôle en cours de formation et validation ponctuelle en fin de module.

Validation / Sanction

- ✓ Ecrit / Epreuve pratique / Oral / Rédaction d'un rapport d'activité soutenu devant un jury.
- ✓ Pour valider la licence, l'alternant doit avoir obtenu 10 de moyenne générale et doit pouvoir justifier de 12 mois d'expérience professionnelle à l'issue de la formation.
- ✓ Validation partielle impossible

Dates prévisionnelles

Début : 10/2024
Fin : 07/2025

Lieu de la formation

26-30 route de Calais
62280 SAINT MARTIN BOULOGNE

Tarif

Confère fiche annexe

Programme de la formation

Modules par semaine	ECTS*
Veille stratégique et concurrentielle	4
Négociation et management des forces de vente : approfondissements	4
Règles générales du droit des contrats	4
Management des organisations	6
Marketing Digital et Plan d'Acquisition On-Line	6
Anglais professionnel : parcours collectif	6
Comptabilité et contrôle de gestion : découvertes	4
Gestion de la relation client	6
Stratégie de communication multicanal	6
Merchandising	6
Expérience professionnelle	10
Module complémentaire au choix : Community manager ou Métiers du commerce des produits de la mer	

*La validation de la licence est prononcée par un jury national. * European Credit Transfer System*

Moyens et méthodes pédagogiques

- ✓ Travail en groupe / TD / Etude de cas
- ✓ Centre de ressources
- ✓ Accès à la plateforme de ressources numériques
- ✓ Méthodes pédagogiques déductives et inductives

Accessibilité

Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite

Adaptation pédagogique

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Avant entrée en formation (moyens de compensation à étudier avec le responsable pédagogique et le référent handicap du centre en référence aux règles de certification).

Suite de parcours et/ou insertion professionnelle

Poursuite d'études possible en BAC+5 (BAC +5 Master Marketing Vente parcours Marketing intégré dans un monde digitalisé dispensé au Campus Saint Joseph)

Insertion professionnelle dans :

Secteurs d'activités : Activités financières et d'assurance, Activités immobilières, Activités spécialisées, scientifiques et techniques, Activités de services administratifs et de soutien, Autres activités de services

Type d'emplois accessibles : Comptable, Collaborateur de chef d'entreprise, Assistant de gestion PME/PMI, Assistant RH, Assistant commercial, Assistant logistique, Gestionnaire administratif et financier

Par ailleurs, de nombreux concours de la fonction publique sont accessibles avec le grade de licence.

le cnam

Lycée + Campus privés Saint Joseph
26 - 30 route de Calais
62280 St-Martin-Boulogne
Tél. 03 21 99 06 99 - contact@st-jo.com

stjo
lycée
campus
st-jo.com

Métiers du Management



Label
lycée
des
métiers

FICHE ANNEXE

Licence Commerce, Vente & Marketing

BAC+3 en alternance

Programme de la formation : détails des modules

Veille stratégique et concurrentielle

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

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

Règles générales du droit des contrats

Technique contractuelle : Recherche du co-contractant, pourparlers, clauses usuelles, rédaction et conclusion 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, Gestion des litiges liés à l'exécution du contrat

Management des organisations

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

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

Anglais professionnel : parcours collectif

Informations personnelles et professionnelles : Demander et donner des informations personnelles (nom, profession, etc.). Poser des questions et décrire des tâches et responsabilités. Poser des questions et décrire une entreprise et son organisation. Le bureau, l'environnement professionnel général. • Les tâches professionnelles quotidiennes : Organiser des rendez-vous / réunions, planifier des événements et des tâches à venir. Demander et donner une autorisation. Donner et recevoir des instructions. Prédire et décrire des opportunités futures. Exprimer son opinion. Faire, accepter et/ou rejeter des suggestions. Exprimer des besoins et des souhaits. Discuter de problèmes. Faire des recommandations. Justifier des décisions et des actions passées. • Relations avec les collègues et les clients : Discuter des centres d'intérêt et des loisirs. Inviter, accepter ou refuser des offres et des invitations. Remercier et exprimer son appréciation. S'excuser et accepter des excuses. • Voyager : Se renseigner, faire des réservations, des demandes et des réclamations. • Santé : Les règles d'hygiène et de sécurité au travail. Loisirs, centres d'intérêt et sports Acheter et vendre : Comprendre et discuter des prix et des dates de livraison, des offres et des accords. • Produits et services : Poser des questions et donner des informations sur un produit ou un service. Faire des comparaisons, exprimer des opinions, des préférences, etc. Faire et recevoir des réclamations. • Résultats et accomplissements : Descriptions et explications de la performance et des résultats de l'entreprise, des tendances, des événements et des changements.

Comptabilité et contrôle de gestion : découvertes

La comptabilité de gestion : les principales méthodes de calcul des coûts (24h) : - La typologie des coûts - Le schéma général de la comptabilité de gestion : méthodes en coûts complets et méthodes en coûts partiels - Les principales méthodes de calculs de coûts

Les méthodes de calcul des coûts en coûts complets (méthode des coûts complets par centres d'analyse, méthode ABC et le coût cible) : objectifs principaux, les principales étapes de chaque méthode, apports et limites de chacune d'elle, calcul des coûts complets aux différents stades du processus de « production » (coût d'achat, coût de production, coût de distribution, coût de revient)

Les principales méthodes de calcul des coûts en coûts partiels : objectifs, principes fondamentaux, intérêts et limites : - Méthode des coûts variables - Méthode du coût spécifique - Le coût marginal

Le processus budgétaire (9 h) : - Les finalités et les principes du processus budgétaire - L'articulation des différents budgets - Les principales difficultés de mise en œuvre du processus budgétaire - Introduction au calcul et à l'analyse des écarts sur CA et sur coûts directs

Les tableaux de bord de pilotage (3h) - Les enjeux et principes fondamentaux des tableaux de bord de pilotage

Gestion de la relation client

- Comprendre les enjeux de relation commerciale et du CRM : - Les enjeux du marketing relationnel et du CRM. - Les techniques de fidélisation client. - L'utilisation analytique du CRM (base de données, datamining et data-warehouse)
- L'utilisation opérationnelle du CRM (l'optimisation des canaux d'interactions client).
- Analyser une stratégie multi-canal : - L'intégration des composantes technologiques liées aux centres d'appels et au multimédia
- Le management d'une plateforme commerciale.
- Gérer les outils liés aux technologies avancées : - Les outils du CRM et les logiciels actuels. - Les outils de gestion de la téléphonie et des e-mails.
- Maîtriser les enjeux de l'Internet et du commerce électronique : - Présentation de l'Internet et de ses enjeux. - L'impact du canal Internet sur la relation avec le consommateur. - La distribution et le commerce électronique - La communication sur l'Internet.
- Comprendre le fonctionnement d'un site marchand - L'organisation, le fonctionnement et la création d'un site web. - La politique commerciale des sites marchands.
- Connaître les pratiques marketing sur l'Internet - La veille technologique et commerciale - Le marketing sur l'Internet (One To One, marketing direct, CRM etc.)

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 plusieurs points de contacts (plateforme de marque, charte graphique ...) - Connaître le fonctionnement de la copy-stratégie et savoir décrypter un message publicitaire - Savoir-faire l'analyse de son environnement concurrentiel (mapping)

Merchandising

REDIGER UN SCENARIO DE VENTE - Prise en considération de toutes les étapes du processus de vente - Choix pertinent des renseignements contenus dans le dossier produit - Qualité de la rédaction - Choix pertinent des techniques de vente

ETABLIR LE CONTACT AVEC LE CLIENT - Choix d'une formule d'introduction appropriée - Utilisation d'un capteur d'attention - Respect des règles de courtoisie - Respect du délai prévu dans le scénario

DETERMINER LES BESOINS DU CLIENT ET PRESENTER LE PRODUIT OU LE SERVICE - Choix judicieux des questions à poser - Pertinence de l'approche - Reformulation précise des besoins - Choix pertinents des arguments de vente - Respect du contenu du scénario

FOURNIR DES REPONSES AUX OBJECTIONS ET CONCLURE LA VENTE PAR TELEPHONE - Clarification de l'objection - Choix de la repense adéquate - Choix judicieux du moment - Utilisation d'une technique de conclusion - Fiche client remplie correctement - Utilisation d'une formule de courtoisie pour terminer la conversation

Expérience professionnelle

L'objectif du rapport est de rendre compte des capacités à restituer, à analyser et à mettre en perspective l'expérience professionnelle acquise au cours des activités réalisées en entreprise. Il consiste à présenter et à analyser en profondeur, une mission principale et une à deux activités secondaires significatives réalisées en entreprise. Il doit vous permettre de démontrer votre capacité à vous mettre en situation ainsi que votre faculté à concevoir, élaborer et conduire un projet en vue de répondre à une problématique ou d'apporter des perspectives d'amélioration en lien avec le diplôme.

Module complémentaire : Community manager

Construire sa stratégie digitale social media (méthodologie et exemples)

- Panorama des réseaux sociaux
- Chiffres et usages en France & dans le monde
- Établir une stratégie gagnante sur Facebook
- Augmenter son influence sur Twitter
- Video & picture marketing : Instagram, Pinterest, Snapchat, Youtube
- RH 2.0 et marque employeur sur les réseaux sociaux professionnels
- Métier & outils du community manager
- Paid Media : modèles publicitaires sur les réseaux sociaux
- E-reputation : impact avis consommateurs sur le parcours d'achat
- Relations influenceurs (blogueurs, journalistes, communautés...)
- Du commentaire négatif au Bad Buzz : gestion de crise en ligne
- Evaluation de la performance : KPI pour la stratégie médias sociaux

Module complémentaire : Métiers du commerce des produits de la mer

Connaître les spécificités des produits de la mer

Appréhender l'environnement du commerce de la mer

Objectifs et contexte de la certification

La licence est un diplôme national de l'enseignement supérieur conférant à son titulaire le grade universitaire de licence. Elle confère les mêmes droits à tous ses titulaires, quel que soit l'établissement qui l'a délivrée. La licence atteste l'acquisition d'un socle de connaissances et de compétences dans un champ disciplinaire ou pluridisciplinaire. Elle prépare à la poursuite d'études en master comme à l'insertion professionnelle immédiate après son obtention et elle est organisée pour favoriser la formation tout au long de la vie. La licence favorise la personnalisation des parcours de formation et offre des dispositifs d'accompagnement pédagogique, en tenant compte de la diversité et des spécificités des publics accueillis en formation initiale et en formation continue.

Traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.

Compétences transversales

- Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.

Compétences spécifiques

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.

Utilisation des techniques et outils de gestion :

- Appliquer des techniques et outils en gestion
- Contrôler le respect des règles, pratiques, normes, etc.
- Recueillir et exploiter les données afin de les analyser

Développement des pratiques professionnelles en gestion :

- Comprendre les contours d'un projet, d'une affaire, d'une organisation, etc.
- Définir des plans d'actions opérationnels et les mettre en œuvre en favorisant les innovations managériales

Tarif de la formation

Conditions tarifaires sur demande Selon le décret n°2019-956 du 13 septembre 2019 «fixant les niveaux de prise en charge des contrats d'apprentissage». Le tarif de la formation est aligné sur le montant de la prise en charge de l'opérateur de compétences concerné. Tarif de la formation : coût parcours OPCO par année de formation : 7300 €00. Il peut varier selon la convention collective dont dépend l'employeur de l'apprenti, et selon les besoins particuliers de celui-ci (complément de prise en charge pour les apprentis en situation de handicap). Zéro reste à charge pour l'entreprise du secteur privé. Article L.6211-1 : « La formation est gratuite pour l'apprenti et pour son représentant légal. » Les employeurs du secteur public répondent à l'article L.6227-6 du code du travail : « Les personnes morales mentionnées à l'article L.6227-1 prennent en charge les coûts de la formation de leurs apprentis dans les centres de formation d'apprentis qui les accueillent (...) », à l'exception du secteur public territorial qui bénéficie du décret n° 2020- 786 du 26 juin 2020 relatif aux modalités de mise en œuvre de la contribution du Centre national de la fonction publique territoriale au financement des frais de formation des apprentis employés par les collectivités territoriales et les établissements publics en relevant.

Pour l'alternant relevant d'un contrat de professionnalisation :

Application des articles L 6111-1 et suivants, L6313-1 et suivants. La formation est prise en charge par l'OPCO de l'entreprise. Aucun coût financier est à la charge de l'alternant

Pour les entreprises accueillant un alternant en contrat de professionnalisation :

La formation est prise en charge par l'OPCO de l'entreprise d'accueil. Il peut être établi un devis.

Rémunération pendant la formation

L'alternant(e) sera rémunéré(e), au minimum, suivant la grille légale applicable suivant la nature de son contrat (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation).

Equipe pédagogique

- Formateurs / formatrices diplômés dans les domaines professionnels concernés
- Responsable formation
- Equipe administrative
- Equipe commerciale

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations

Non

Modularisation de parcours

Positionnement défini selon le certificateur. Si le candidat est titulaire d'un autre diplôme en plus de son Bac+2 en lien avec la licence visée, il peut bénéficier de dispenses après avoir fait une demande de validation d'études supérieures (VES) auprès du CNAM Paris.

Notre valeur ajoutée

- Le centre vous accompagne dans la recherche d'un employeur avec une équipe dédiée de conseillers entreprise.
- Le centre peut vous présenter des offres d'emploi en adéquation avec le diplôme ou la certification préparé.
- Un point écoute (accompagnement à la gestion de problèmes tel que le logement, le transport, la santé...) est accessible. Les informations pratiques seront transmises par le responsable pédagogique de la formation lors de l'entrée en formation.
- Un référent handicap est associé aux formations.
- Le centre est accessible par les lignes de transports en commun Marinéo (arrêt St Joseph). Emplacements gratuits de stationnement dans les rues adjacentes.
- Le centre propose une restauration sur site par restaurant self-service ou par cafétéria. La réservation en ligne est possible via une application. Les prix, formules et menus sont disponibles sur le site internet.
- Le centre est équipé de réseau WIFI gratuit dans les espaces communs, restaurant scolaire et cafétéria.
- Le centre possède un centre de culture « nouvelle génération » avec accès gratuit aux ressources numérique.
- Le centre organise des manifestations culturelles dans l'amphithéâtre de l'établissement.
- L'établissement est charté ERASMUS ainsi que labélisé LYCEE DES METIERS.

Taux session 2022-2023

Formations		L3CVM	%
Taux de satisfaction du centre			
Nb promo		76	
Répartition	Apprentis	74	97%
	Contrat Pro	1	1%
	Stagiaire	1	1%
Nb rupture		5	7%
Répartition	Apprentis	4	5%
	Contrat Pro	0	0%
	Stagiaire	1	100%
Nb d'inscrit examen		71	
Répartition	Apprentis	70	99%
	Contrat Pro	1	1%
	Stagiaire	0	0%
Taux présentation aux épreuves		71	100%
Nb diplômé		69	97%
Répartition	Apprentis	69	99%
	Contrat Pro	0	0%
	Stagiaire	0	0%
Post diplôme			0%
Poursuite étude Apprentis		31	44%
Poursuite étude Contrat Pro		0	0%
Poursuite étude Stagiaire		0	0%
Poursuite étude Initial		0	0%
Poursuite d'études en FAD		0	0%
Insertion Emploi CDI		25	35%
Insertion emploi CDD		12	17%
Insertion filière métiers		0	0%
Recherche d'emploi		8	11%
Autres		0	0%