

Siret : 442 293 734 00012

N° de déclaration d'activité : FPC52440410944

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat (art. L.6352-12)

**PARCOURS  
COMMERCE MARKETING**

**LICENCE DROIT ECO GESTION – COMMERCE VENTE MARKETING –  
spécialisation Luxe & haut de gamme**

N° d'enregistrement RNCP : 35924

Code formation : 20531023



**PUBLIC VISÉ ET PRÉREQUIS**

*Le cycle est accessible aux étudiants titulaires d'un BTS, DUT ou tout autre diplôme universitaire équivalent, dans les domaines principaux du commerce et du marketing. Il est également ouvert aux salariés dans le cadre d'un plan de formation, ayant acquis les diplômes précités. -*



**OBJECTIFS ET VALIDATION DU DIPLÔME**

**Objectifs pédagogiques et compétences visées**

**A l'issue de la formation les titulaires de la licence auront acquis l'aptitude globale :**

- à maîtriser et mettre en œuvre les techniques fondamentales utilisées dans les domaines du Commerce, de la Vente et du Marketing
- à appréhender l'environnement économique de l'entreprise
- à obtenir des compétences professionnelles grâce à son système d'alternance qui allie un enseignement théorique de haut niveau et au développement en entreprise des savoirs, savoir-faire et savoir-être spécifiques liés aux métiers du secteur : art de la relation client, goût de la vente, du conseil et du challenge.

**Perspectives d'emploi**

- Responsable point de vente
- Directeur de boutique
- Directeur des ventes
- Chef de produit
- Responsable marketing
- Responsable commercial
- Chargé d'études
- CRM manager
- Responsable développement produits
- Marchandiser
- Acheteur produits finis
- Responsable e-commerce



## MODALITÉS DE SUIVI, D'ÉVALUATION ET DE VALIDATION

**Des suivis** réguliers entre l'entreprise, l'apprenti et le centre de formation. Mise en place d'une réunion des tuteurs au début du premier semestre de formation. Incitation à la formation des tuteurs.

**Modalités d'évaluation** : contrôle continu, évaluation professionnelle en entreprise, sessions d'examens sur les modules du tronc commun.

**Modalités d'attribution du diplôme** : avoir une moyenne générale pondérée de 10/20 sur l'ensemble des Unités d'Enseignement. Acquérir une expérience d'un an dans un domaine en lien avec le parcours Commerce Vente Marketing. Rédiger un rapport d'activité professionnel.



## MOYENS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

### Modalités pédagogiques

Cours en présentiel pour leur grande majorité – possibilité de quelques cours en ligne (voir annexe 2 : Conditions Générales de Ventes). Pédagogie qui combine des enseignements académiques et des pédagogies actives s'appuyant sur l'expérience et le développement des compétences. Formateurs professionnels et enseignants chercheurs

### Locaux et équipements

Locaux ENC : au cœur de Nantes  
Équipement : salle informatique, matériel vidéo  
Locaux CNAM : facilement accessibles -  
Accessibilité aux personnes à mobilité réduite (sur certains sites)  
Handicap : Sensibilisé à l'importance de faciliter l'accès à la formation de toute personne porteuse de handicap, nous sommes à votre écoute pour la mise en place de modalités spécifiques. Nous disposons d'un référent handicap, veuillez nous contacter : [referent-handicap@enc-nantes.fr](mailto:referent-handicap@enc-nantes.fr)



## DURÉE ET DÉLAIS D'ACCÈS

### Durée de la formation

12 mois de formation : de septembre 2024 à fin août 2025  
Rythme de la formation : 2 jours en cours (lundi et mardi) et 3 jours en entreprise  
Volume horaire : 35h/semaine, 602h de cours.

### Délais d'accès

Etude des candidatures à partir du mois de Janvier année précédente.  
Modalité d'accès à la formation : entretien de motivation  
Intégration à partir du mois de septembre



## TARIFS

### COÛT DE LA FORMATION POUR L'ALTERNANT :

En contrat d'apprentissage ou de professionnalisation : **pas de frais de formation**  
En formation continue : se renseigner auprès de Pôle emploi

### COÛT DE LA FORMATION POUR L'EMPLOYEUR :

En contrat d'alternance : **7 800 euros** pour toute la durée de la formation  
Montant pris en charge en partie ou en totalité par l'OPCO concerné



## LIEU DE FORMATION ET CONTACTS

### Lieu de la formation

CFP ENC  
6 rue Crébillon  
44000 NANTES

### Contacts

Responsable de formation :  
Betty DEBRABANT b.debrabant@enc-nantes.fr  
02 40 48 41 13

Assistante de formation :  
Ana FABRE a.fabre@enc-nantes.fr  
02 40 48 41 13



## CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
<b>Veille stratégique et concurrentielle</b> ESC103	40h	Avoir une bonne compréhension de la veille concurrentielle et stratégique, de ses enjeux, de sa place dans la politique de l'entreprise. Acquérir les connaissances des méthodes et des ressources pour réaliser une veille concurrentielle. Réaliser en groupe une étude de cas et rédiger un rapport de veille.	Projet entreprise Examen final écrit
<b>Négociation et Management des forces de vente : approfondissement</b> ACD109	40h	Concevoir et assurer la mise en œuvre d'un plan d'action commerciale. Préparer et conduire un entretien de vente et une négociation. Créer une entreprise commerciale. Analyser un marché. Formaliser une stratégie marketing et un positionnement.	Examen final écrit (2h)
<b>Règles générales du droit des contrats</b> DRA 103	40h	Maîtriser les bases du droit des contrats ; savoir conduire et gérer un contrat ; maîtriser les règles de formation du contrat ; connaître les sanctions au nom respect des obligations contractuelles.	Examen final écrit (2h)
<b>Management des organisations</b> MSE101	50h	Connaître : les étapes clés de l'histoire du management, l'approche processus d'une organisation, les principes et formes des organisations. Savoir mettre en œuvre des outils de gestion des organisations et	Contrôle continu et examen final écrit 3h

		des outils de gestion de processus.	
<b>Marketing Digital et Plan d'acquisition on-line ESC123</b>	50h	Avoir une compréhension stratégique des leviers d'acquisition de trafic et du rôle du marketing digital dans la transformation digitale.	Note sur le projet entreprise Contrôle continu Examen final écrit (3h)
<b>Comptabilité et contrôle de gestion-découverte CCG100</b>	40h	Savoir utiliser les méthodes de calcul de coûts en tant qu'outils d'aide à la décision pour son activité ; être en mesure de dialoguer avec les contrôleurs de gestion, les différents responsables et l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise dans le cadre du processus budgétaire ; savoir élaborer le tableau de bord pour le pilotage de son activité.	Examen final écrit (3h)
<b>Anglais professionnel ANG320</b>	50h	Communiquer en anglais à l'oral et à l'écrit dans des situations professionnelles.	Contrôle continu
<b>Initiation à la gestion de la relation client (CRM) CSV002</b>	50h	Connaître les grands principes de fonctionnement des canaux de relation clients ; comprendre la stratégie multicanale d'une entreprise ; comprendre l'organisation et le management d'une plateforme commerciale ; connaître les systèmes de communication et de distribution Intranet et Extranet dédiés à la gestion de la relation client ; Analyser le contenu d'un site web et son utilisation comme outil de contact client-entreprise.	Contrôle continu Examen final écrit (3h)
<b>Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle CCE105</b>	40h	Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. Développer une argumentation avec esprit critique.	Oral du projet Rapport expérience pro Contrôle continu
<b>Expérience professionnelle licence générale marketing vente commerce L3 UAM110</b>	33h	Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique.	

<p><b>Initiation au marketing BtoB CSV003</b></p>	<p>50h</p>	<p>Maitriser l'analyse des parcours d'achats et leur influence sur le process marketing de l'entreprise. Appréhender les spécificités du marketing BtoB et notamment identifier les rôles des différents acteurs du marché. Faire le lien entre les opérations marketing et la vente.</p>	<p>Examen final écrit (2h)</p>
<p><b>Les fondamentaux du Luxe</b></p>	<p>21h</p>	<p>Identifier les enjeux spécifiques d'offres et les différents modèles économiques des maisons de luxe. Appréhender les acteurs, les cibles et leur positionnement sur le marché. Analyser les chiffres clés</p>	<p>Contrôle continu</p>
<p><b>Management d'une marque de luxe</b></p>	<p>14h</p>	<p>Appréhender les enjeux et outils de pilotage d'une marque de luxe de manière stratégique et opérationnelle. Identifier la structure d'une stratégie de pilotage. Construire et positionner une marque de luxe.</p>	<p>Contrôle continu</p>
<p><b>Partenariat, mécénat et sponsoring dans le marché du luxe (fundraising)</b></p>	<p>14h</p>	<p>Acquérir une vision globale du fundraising (sponsoring, mécénat, partenariat, crowdfunding) : son rôle, ses objectifs, ses bénéficiaires, son champ d'intervention... Comprendre la place du fundraising dans la stratégie des organisations publiques Identifier les différentes formes d'engagements de l'industrie du luxe. Initier une stratégie de partenariat au sein d'une entreprise</p>	<p>Contrôle continu</p>
<p><b>Achat &amp; Sourcing</b></p>	<p>7h</p>	<p>Découvrir la fonction Achats dans l'entreprise Appréhender la sélection de fournisseurs pour une marque de luxe Définir les points clés de la négociation d'achat pour une marque de luxe</p>	<p>Contrôle continu</p>

<p><b>Retail &amp; Développement commercial</b></p>	<p>10.5h</p>	<p>Le développement commercial de marques de luxe en France et à l'international :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Prospecter et négocier auprès d'un réseau BtoB</li> <li>-Savoir travailler avec des cultures différentes</li> <li>-Etablir un plan d'actions cohérents à la stratégie de l'entreprise</li> <li>-Piloter l'activité commerciale d'une marque de luxe</li> </ul>	<p>Contrôle continu</p>
<p><b>Marketing du luxe</b></p>	<p>21h</p>	<p>Maitriser les concepts et pratiques de marketing du luxe, produits, services, distribution :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Analyse de marques</li> <li>Identification stratégie de Développement distribution</li> <li>Développement produit</li> <li>Merchandising, services, communication.</li> </ul>	<p>Projet de lancement produit en point de vente phygital</p>
<p><b>Optimisation « Expressionnelle »</b></p>	<p>17.5h</p>	<p>Réaliser un pitch + CV vidéo</p> <p>Adopter une posture professionnelle Luxe &amp; Haut de gamme</p> <p>Préparation à la soutenance de projet</p>	<p>Contrôle continu</p>
<p><b>Luxe et durabilité</b></p>	<p>14h</p>	<p>Vendre un article ou service luxe/haut de gamme en valorisant les mesures mises en place par de l'entreprise pour une démarche durable auprès de la clientèle (recyclage, écoconception, sourcing éthique...)</p> <p>Contribuer à la mise en place d'une charte RSE au sein du lieu de travail dans le respect de la politique mise en place par l'entreprise</p>	<p>Contrôle continu</p>



# PLANNING PREVISIONNEL 2024 - 2025



Calendrier 2024-2025

Légende :

**FORMATION**  
**ENTREPRISE**

**D: Distanciel**

## Licence Commerce Vente Marketing Digital & Innovation / Luxe et Haut de Gamme

SEPT 2024	OCT	NOV	DEC	JANV	FEV	MARS	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOÛT	SEPT
1 Di	1 Ma	1 Toussaint Ve	1 Di	1 Jour de l'an Me	1 Sa	1 Sa	1 Ma	1 Fête du travail Je	1 Di	1 Ma	1 Ve	1 Lu
2 Lu	2 Me	2 Sa	2 Lu	2 Je	2 Di	2 Di	2 Me	2 Ve	2 Lu	2 Me	2 Sa	2 Ma
3 Ma	3 Je	3 Di	3 Ma	3 Ve	3 Lu	3 Lu	3 Je	3 Sa	3 Ma	3 Je	3 Di	3 Me
4 Me	4 Ve	4 <b>D</b> Lu	4 Me	4 Sa	4 Ma	4 Ma	4 Ve	4 Di	4 Me	4 Ve	4 Lu	4 Je
5 Je	5 Sa	5 Ma	5 Je	5 Di	5 Me	5 Me	5 Sa	5 Lu	5 Je	5 Sa	5 Ma	5 Ve
6 Ve	6 Di	6 Me	6 Ve	6 Lu	6 Je	6 Je	6 Di	6 Ma	6 Ve	6 Di	6 Me	6 Sa
7 Sa	7 <b>D</b> Lu	7 Je	7 Sa	7 Ma	7 Ve	7 Ve	7 Lu	7 Me	7 Sa	7 Lu	7 Je	7 Di
8 Di	8 Ma	8 Ve	8 Di	8 Me	8 Sa	8 Sa	8 Ma	8 Victoire Je	8 Di	8 Ma	8 Ve	8 Lu
9 Lu	9 Me	9 Sa	9 Lu	9 Je	9 Di	9 Di	9 Me	9 Ve	9 Pentecôte Lu	9 Me	9 Sa	9 Ma
10 Ma	10 Je	10 Di	10 Ma	10 Ve	10 Lu	10 <b>D</b> Lu	10 Je	10 Sa	10 Ma	10 Je	10 Di	10 Me
11 Me	11 Ve	11 Armistice Lu	11 Me	11 Sa	11 Ma	11 Ma	11 Ve	11 Di	11 Me	11 Ve	11 Lu	11 Je
12 Je	12 Sa	12 Ma	12 Je	12 Di	12 Me	12 Me	12 Sa	12 Lu	12 Sa	12 Sa	12 Ma	12 Ve
13 Ve	13 Di	13 Me	13 Ve	13 <b>D</b> Lu	13 Je	13 Je	13 Di	13 Ma	13 Ve	13 Di	13 Me	13 Sa
14 Sa	14 Lu	14 Je	14 Sa	14 <b>D</b> Ma	14 Ve	14 Ve	14 Lu	14 Me	14 Sa	14 Fête Nat. Lu	14 Je	14 Di
15 Di	15 Ma	15 Ve	15 Di	15 Me	15 Sa	15 Sa	15 Ma	15 Je	15 Di	15 Ma	15 Assomption Ve	15 Lu
16 <b>D</b> Lu	16 Me	16 Sa	16 Lu	16 Je	16 Di	16 Di	16 Me	16 Ve	16 Lu	16 Me	16 Sa	16 Ma
17 Ma	17 Je	17 Di	17 Ma	17 Ve	17 Lu	17 Lu	17 Je	17 Sa	17 Ma	17 Je	17 Di	17 Me
18 Me	18 Ve	18 Lu	18 Me	18 Sa	18 Ma	18 Ma	18 Ve	18 Di	18 Me	18 Ve	18 Lu	18 Je
19 Je	19 Sa	19 Ma	19 Je	19 Di	19 Me	19 Me	19 Sa	19 Lu	19 Je	19 Sa	19 Ma	19 Ve
20 Ve	20 Di	20 Me	20 Ve	20 Lu	20 Je	20 Je	20 Di	20 Ma	20 Ve	20 Di	20 Me	20 Sa
21 Sa	21 Lu	21 Je	21 Sa	21 Ma	21 Ve	21 Ve	21 Pâques Lu	21 Me	21 Sa	21 Lu	21 Je	21 Di
22 Di	22 Ma	22 Ve	22 Di	22 Me	22 Sa	22 Sa	22 Ma	22 Je	22 Di	22 Ma	22 Ve	22 Lu
23 Lu	23 Me	23 Sa	23 Lu	23 Je	23 Di	23 Di	23 Me	23 Ve	23 Lu	23 Me	23 Sa	23 Ma
24 Ma	24 Je	24 Di	24 Ma	24 Ve	24 <b>D</b> Lu	24 <b>D</b> Lu	24 Je	24 Sa	24 Ma	24 Je	24 Di	24 Me
25 Me	25 Ve	25 <b>D</b> Lu	25 Noël Me	25 Sa	25 Ma	25 Ma	25 Ve	25 Di	25 Me	25 Ve	25 Lu	25 Je
26 Je	26 Sa	26 Ma	26 Je	26 Di	26 Me	26 Me	26 Sa	26 <b>D</b> Lu	26 Je	26 Sa	26 Ma	26 Ve
27 Ve	27 Di	27 Me	27 Ve	27 Lu	27 Je	27 Je	27 Di	27 Ma	27 Ve	27 Di	27 Me	27 Sa
28 Sa	28 Lu	28 Je	28 Sa	28 Ma	28 Ve	28 Ve	28 <b>D</b> Lu	28 Me	28 Sa	28 Lu	28 Je	28 Di
29 Di	29 Ma	29 Ve	29 Di	29 Me	29 Sa	29 Sa	29 Ma	29 Ascension Je	29 Di	29 Ma	29 Ve	29 Lu
30 Lu	30 Me	30 Sa	30 Lu	30 Je	30 Di	30 Di	30 Me	30 Ve	30 Lu	30 Me	30 Sa	30 Ma
	31 Je		31 Ma	31 Ve		31 Lu		31 Sa		31 Je	31 Di	