

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 en entreprise et par téléphone. 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 2022 à fin août 2023

Rythme de la formation : 2 jours en cours (lundi et mardi) et 3 jours en entreprise

Volume horaire : 35h/semaine, 616h 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 :

Secteur privé en contrat d'apprentissage :

- Contrat ≤ à 12 mois : **7 700 euros** (coût fixe, prise en charge totale ou partielle par l'OPCO)
- Contrat ≥ à 13 mois : **641,67 euros / mois** (coût selon durée du contrat, prise en charge totale ou partielle par l'OPCO)

Secteur privé en contrat de professionnalisation : **7 700 euros** (prise en charge totale ou partielle par l'OPCO)

Secteur public : **7 700 euros** pour toute la durée de la formation



## LIEU DE FORMATION ET CONTACTS

### Lieu de la formation

CFP ENC CFA  
6 rue Crébillon  
44000 NANTES

CNAM  
25 bd Guy Mollet  
44300 NANTES

### Contacts

Responsable de formation :  
Malika Berreghis [m.berreghis@enc-nantes.fr](mailto:m.berreghis@enc-nantes.fr)  
02 40 48 41 13

Assistante de formation :  
Yaelle Fèvre [y.fevre@enc-nantes.fr](mailto:y.fevre@enc-nantes.fr)  
02 40 48 41 13



## CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
Veille stratégique et concurrentielle ESC103	35h	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(s) Examen final
Négociation et Management des forces de vente : approfondissement ACD109	35h	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 écrit en fin de module(2h) : évaluation individuelle sur un cas réel d'entreprise

<b>Module / Unité d'enseignement</b>	<b>Volume Horaire</b>	<b>Compétences visées</b>	<b>Modalités d'évaluation</b>
Règles générales du droit des contrats DRA 103	35h	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) cours et cas pratique
Management des organisations MSE101	52,50h	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 des outils de gestion de processus.	Contrôle continu et examen final
Marketing Digital et Plan d'acquisition on-line ESC123	52,50h	Avoir une compréhension stratégique des leviers d'acquisition de trafic et du rôle du marketing digital dans la transformation digitale.	1ère session : écrit de 3h 2ème session : écrit de 3h
Comptabilité et contrôle de gestion- découverte CCG100	42h	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 (2h30 à 3h)
Anglais professionnel ANG320	52,50h	Communiquer en anglais à l'oral et à l'écrit dans des situations professionnelles.	Contrôle continu

<b>Module / Unité d'enseignement</b>	<b>Volume Horaire</b>	<b>Compétences visées</b>	<b>Modalités d'évaluation</b>
Initiation à la gestion de la relation client (CRM) CSV002	45,50h	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.	Examen écrit en fin de formation (2h) : évaluation individuelle sur un cas réel d'entreprise.
Mercatique I : les études de marché et les nouveaux enjeux de la Data ESC101	52,50h	Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.	Contrôle continu
Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle CCE105	28h	Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. Développer une argumentation avec esprit critique.	Contrôle continu
Expérience professionnelle licence générale marketing vente commerce L3 UAM110	28h	Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique.	
Retour d'expérience	10.5h		
Accueil et bilan	7h		

<b>Module / Unité d'enseignement</b>	<b>Volume Horaire</b>	<b>Compétences visées</b>	<b>Modalités d'évaluation</b>
Les fondamentaux du Luxe	21h	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	Contrôle continu
Management d'une marque de luxe	14h	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.	Contrôle continu
Partenariat, mécénat et sponsoring dans le marché du luxe (fundraising)	14h	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	Contrôle continu
Achat & Sourcing	7h	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	Contrôle continu
Retail & Développement commercial	14h	Le développement commercial de marques de luxe en France et à l'international : -Prospecter et négocier auprès d'un réseau BtoB -Savoir travailler avec des cultures différentes -Etablir un plan d'actions cohérents à la stratégie de l'entreprise -Piloter l'activité commerciale d'une marque de luxe	Contrôle continu

<b>Module / Unité d'enseignement</b>	<b>Volume Horaire</b>	<b>Compétences visées</b>	<b>Modalités d'évaluation</b>
<p>Marketing du luxe</p>	<p>24,5h</p>	<p>Maitriser les concepts et pratiques de marketing du luxe, produits, services, distribution : Analyse de marques Identification stratégie de Développement distribution Développement produit Merchandising, services, communication.</p>	<p>Projet de lancement produit en point de vente phygitalk</p>
<p>Optimisation « Expressionnelle »</p>	<p>28h</p>	<p>Réaliser un pitch + CV vidéo  Adopter une posture professionnelle Luxe &amp; Haut de gamme  Préparation à la soutenance de projet</p>	<p>Contrôle continu</p>
<p>Team Building</p>	<p>3.5h</p>	<p>Démontrer la capacité à déployer l'ensemble des connaissances acquises, à travailler en groupe à travers une expérience</p>	



