

Le programme détaillé



Année scolaire 2022-2023

**PARCOURS
COMMERCE MARKETING**

Siret : 442 293 734 00012
N° de déclaration d'activité : FPC52440410944
Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat
(art. L.6352-12)

LICENCE DROIT ECO GESTION – COMMERCE VENTE MARKETING – Spécialisation Luxe et Haut de gamme

N° d'enregistrement RNCP : 35924
Code formation : 20531023



PUBLIC VISÉ

Le cycle est accessible :

- aux titulaires d'un diplôme de niveau Bac+2 (BTS, DUT, L2, justifiant 120 crédits ECTS) ou titulaire d'un titre professionnel enregistré au RNCP de niveau III



OBJECTIFS ET VALIDATION DU DIPLOME OU DU TITRE

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

Le programme détaillé



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



DURÉE ET DÉLAIS D'ACCÈS

Durée de la formation

12 mois de formation de septembre 2022 à fin août 2023

Rythme d'alternance : 2 jours en cours (lundi-mardi) et 3 jours en entreprise

Délais d'accès

Etude des candidatures à partir du mois de Janvier

Modalités d'accès à la formation : un entretien de motivation

Intégration à partir du mois de septembre



TARIFS

Prix minimum de vente de la formation : 7 700 €

Statut salarié : pas de frais de formation

Contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation

Prise en charge des frais de formation par l'OPCO selon les tarifs en vigueur (contactez-nous pour plus d'informations)

Le programme détaillé



LIEU DE FORMATION ET CONTACTS

Lieu de la formation

ENC 6 rue Crébillon 44000 NANTES
&
CNAM 25 bd Guy Mollet 44300 NANTES

Contacts

Responsable de formation :
Malika Berreghis m.berreghis@enc-nantes.fr

Assistante de formation :
Yaelle Fèvre 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 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

Le programme détaillé

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
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 électronique- Marketing Digital 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	35h	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

Le programme détaillé

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
Initiation à la gestion de la relation client (CRM) CSV002	52,50h	Connaître les grands principes de fonctionnement des canaux de relation clients ; comprendre la stratégie multicanal 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 REX	10,5h		
Accueil et bilan	7h		

Le programme détaillé

Spécialisation luxe & haut de gamme

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
Les fondamentaux du Luxe	21h	Intégrer la sociologie, l'histoire et la culture du luxe. Connaître les grands secteurs du luxe, les enjeux et perspectives.	Contrôle continu
Commerce et Marketing du luxe	21h	Maîtriser la démarche marketing ainsi que les outils du marketing digital (marketing opérationnel et marketing des services). Assimiler les principes du retail et développement commercial (pilotage de la performance, management d'équipes interculturelles, gestion des réseaux de distribution, et la gestion de la relation client. Etre en capacité de définir et analyser l'univers des marques et e-commerce, mettre en place une stratégie digital omnicanal. Définir les achats et sourcing	Contrôle continu
Outils de communication- Management d'une marque de luxe	14h	Définir la stratégie de communication média et hors média des marques de luxe	Contrôle continu
Partenariat, mécénat et sponsoring dans le marché du luxe (fundraising)	14h	Concevoir et piloter les actions dans le cadre des partenariats, mécénats et sponsoring	Contrôle continu
Projet de lancement produit en point de vente phygital	21h	Démontrer la capacité à déployer l'ensemble des connaissances acquises, à travailler en groupe à travers une expérience	Contrôle continu

Le programme détaillé

Spécialisation luxe & haut de gamme

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
Optimisation « Expressionnelle »	21h	<ul style="list-style-type: none"> -Réaliser un pitch + CV vidéo -Adopter une posture professionnelle Luxe & Haut de gamme -Préparation à la soutenance de projet 	Contrôle continu
Démarche RSE	17,5h	<p>Définition et enjeux de la démarche RSE</p> <p>Les 3 piliers</p> <p>Les normes ISO et les contours de sa politique</p> <p>Travailler sur des cas réels d'entreprises engagées dans cette démarche</p>	Contrôle continu
Team Building	3,5h	Démontrer la capacité à déployer l'ensemble des connaissances acquises, à travailler en groupe à travers une expérience	Contrôle continu

