

Programme détaillé de la formation en alternance

Licence (L3) Droit Economie Gestion

Mention Gestion (LG03606A)

Le Cnam est habilité à délivrer ce diplôme par arrêté du ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche en date du 24 août 2016. (Inscrit de droit au RNCP, fiche n° 24425).

Formation du 17 septembre 2018 – 04 septembre 2019 pour une durée totale de 600 heures

La licence sera suivie dans le cadre du **parcours « Commerce, Vente et Marketing »**.

► Public concerné et prérequis

Accès en L1 : ouvert aux personnes titulaires d'un Bac ou d'un diplôme reconnu équivalent.

Accès en L2 : ouvert aux titulaires de 60 crédits de L1 d'une licence Gestion ou d'une formation reconnue équivalente.

Accès en L3 :

- aux titulaires d'un diplôme de niveau bac +2 ou d'un titre professionnel enregistré au RNCP de niveau III ;
 - aux personnes ayant validé les années L1 et L2 d'une licence DEG soit 120 crédits ECTS ;
 - aux personnes justifiant d'un niveau de formation bac+2 (validation des études supérieures - VES) ;
 - aux personnes justifiant d'une expérience professionnelle ou personnelle (VAE et VAP85).
- les candidats ne possédant pas d'acquis de formation dans le domaine de la vente, le commerce et le marketing doivent obtenir en prérequis les UE ACD002 et ACD006.

Expérience professionnelle requise pour la validation de la licence :

Si le parcours recouvre L1, L2 et L3 :

Trois ans temps plein dont un an dans la spécialité du diplôme ;

Si l'expérience de trois ans est hors spécialité, elle sera complétée par un stage de six mois dans la spécialité.

Si le parcours concerne la L3 :

Un an temps plein dans la spécialité du diplôme ;

Si l'expérience d'un an est hors spécialité, elle sera complétée par un stage de six mois dans la spécialité.

► Objectifs pédagogiques

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 posséderont 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.

► Compétences visées

Les titulaires de la licence pourront notamment exercer les activités et fonctions suivantes :

- 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.

► Métiers

Les postes les plus fréquemment occupés seront :
Attaché.e commercial.e, Chef.fe de secteur, Chef.fe de produit, Chargé.e de promotion marketing, Chargé.e de projet marketing, assistant.e marketing, chargé.e de clientèle

► Modalités de réalisation de la formation

La formation s'appuie sur les moyens pédagogiques et techniques suivants : cours en présentiel, travaux pratiques, travaux dirigés, selon une organisation (horaires, lieu de formation, enseignants, ...) mise en œuvre par le Cnam en Grand Est, dans le cadre des règlements du Conservatoire National des Arts et Métiers.

Toutes nos salles sont équipées d'un vidéo projecteur mobile ou fixe et du matériel nécessaire à la réalisation du déroulement de la formation dans des conditions pédagogiques optimales.

Dans le cadre de leur progression pédagogique, les apprenants pourront être amenés à effectuer des démarches en dehors du centre de formation. Les conditions de participation et les périodes seront, au préalable, communiquées à l'entreprise.

Cheffe de projet pédagogique : Annabelle WETTSTEIN (annabelle.wettstein@lecnam.net)

► Lieu de déroulement de la formation et horaires

Les cours auront lieu dans les locaux du Cnam en Grand Est sur Mulhouse soit au sein du Campus de la Fonderie, au 16 rue de la Fonderie, 68093 Mulhouse Cedex, soit au Technopole de Mulhouse au 40 rue Marc Seguin 68200 Mulhouse ou encore au sein des locaux du Gifop Formation au 15 rue des lumières 68100 Mulhouse.

L'apprenant pourra être amené à se déplacer sur le territoire Grand Est ou ailleurs sur le territoire national. Dans les deux cas, les conditions de participation seront, au préalable, communiquées à l'entreprise.

Les horaires de la formation sont fixés comme suit :
09h00 à 12h30 puis de 13h30 à 17h00 * soit 7 heures par jour

**information donnée à titre indicatif susceptible de changement*

Plan accès

- Campus de la fonderie : 16 rue de la Fonderie 68100 Mulhouse

Par Bus : Lignes 10 - arrêt Fonderie

- Au Technopole de Mulhouse au 40 rue Marc Seguin 68200 Mulhouse

En bus : Ligne 20 –Arrêt Krumnow **En tram** : Ligne 3 –Arrêt Musées

- Au Gifop 15 rue des lumières 68100 Mulhouse

En tram : Ligne 2 arrêt Illberg

► **Les contenus pédagogiques de la L3 : vue globale ***

Intitulé	Code UE	ECTS	Nombre d'heures*	Equipe pédagogique *
Prérequis				
Négociation et management de la force de vente : fondements (UE de prérequis)	ACD002	6	38,5	M. DUPONT
Fondamentaux des techniques de vente (UE de prérequis)	ACD006	8	52,5	M. DURAND
Parcours L3				
Mercatique I : concepts et études marketing	ESC101	6	52,5	M. DUBOIS
Veille stratégique et concurrentielle	ESC103	4	42	M. DUVAL
Marketing électronique – Marketing digital	ESC123	6	45,5	MME. DUPONT
Communication et média I : le fonctionnement de la communication	ESC122	4	38,5	MME DURAND
Négociation et management des FDV : approfondissements	ACD109	4	38,5	MME DUBOIS
Règles générales du droit des contrats	DRA103	4	38,5	MME DUVAL
Comptabilité et contrôle de gestion – Initiation I	CCG101	4	38,5	M. SMITH
Management processus et organisation de l'entreprise	EME101	6	52,5	MME SMITH
Rapport d'expérience professionnelle	UAM108	10	59	M. JOHNS
Test d'anglais	UA2B12	2	2	MME JOHNS
Anglais professionnel : parcours collectif	ANG300	6	45,5	
Politiques et stratégies économiques dans le monde global	ESD104	6	52,5	M. ABDELLAOUI
Rentrée		0	3,5	
Total		74 ECTS	600 heures	<i>* susceptible de modification</i>

► **Modalités d'évaluation**

- Valider les unités d'enseignement de prérequis du cursus (avec une note supérieure ou égale à 10/20 pour chaque UE).
- Obtenir une moyenne des notes supérieure ou égale à 10/20 aux UE constitutives de la L3 (moyenne pondérée aux coefficients de chaque UE).
- En outre, un niveau 1 au test Bulats® en anglais sera exigé.
- Il est également nécessaire de valider l'unité d'activité (expérience professionnelle) à travers la rédaction d'un rapport d'activité, soutenu à l'oral.

Pour cela, une expérience professionnelle d'un an dans une fonction commerce et/ou marketing **ou** un an hors spécialité avec un stage de 6 mois dans la spécialité est demandée.

► **Contenus détaillés des Unités d'Enseignement**

❖ **ACD002 NEGOCIATION ET MANAGEMENT DE LA FORCE DE VENTE : FONDEMENTS**

Objectifs pédagogiques : Ce cours propose d'aborder les méthodes fondamentales du management de la force de vente et technique de l'entretien de vente.
Eléments de contenu : Management de la force de vente : Techniques de négociation : la prise de contact ; la découverte ; l'argumentation ; les objections ; la conclusion → Exercices dirigés au cours des séances
Modalités de validation : Examen en fin de module

❖ **ACD006 FONDAMENTAUX DES TECHNIQUES DE VENTE**

Objectifs pédagogiques : Apporter des bases opérationnelles en techniques de vente par des apports théoriques (2/3 du temps) et pratiques (1/3 du temps). Les pratiques seront basées sur des jeux de rôles ou des exercices de communication écrite. L'utilisation de moyens vidéo sera privilégiée.		
Compétences visées : Aptitudes à dérouler un processus commercial complet, dans des contextes B2B ou B2C Aptitude à gérer son temps et ses attitudes pour optimiser son efficacité professionnelle.		
Eléments de contenu : Partie 1 : Prospecter efficacement Préparation de la prospection Connaître les techniques de prospection Prospection téléphonique Maîtriser la prospection physique Bilan de la prospection	Partie 2 : Les techniques de vente et de négociation Préparation de l'entretien Accueil et prise de contact Découverte des besoins Phase d'argumentation Traitement des objections Conclusion et prise de congé Fidélisation	Partie 3 : Gestion du temps organisation personnelle et savoir-être du vendeur efficace Le temps L'organisation au quotidien du commercial Savoir s'adapter
Modalités de validation : Simulation d'une vente en face à face		