

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 Métiers de l'Automobile

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.

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 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

Ces fonctions seront exercées par les titulaires de la licence à des niveaux de responsabilité relevant de l'encadrement intermédiaire ou encore de proximité.

Perspectives d'emploi

Vendeur automobile

Chef des ventes

Directeur de concession automobile

Chef de produits chez un équipementier

Organisateur d'événements sportifs automobiles

Responsable au sein d'agence de Communication ou de médias spécialisés dans le secteur automobile

Responsable marketing au sein de concession, de groupes automobiles...



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'exams 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

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 2023 à fin août 2024

Rythme d'alternance : 2 jours en cours (jeudi-vendredi) 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

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)



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

Responsables de formation :

Lucile LEGAL : l.legal@enc-nantes.fr

Laetitia Kervarrec : lkervarrec@enc-nantes.fr

Assistante de formation :

Elisa PEAN : e.pean@enc-nantes.fr



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

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 non 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

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		

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
Marché et acteurs de l'automobile	En cours de définition	Définition et présentation des acteurs du marché (Constructeurs, concessionnaires, négociants...) Présentation du contexte du secteur et des grandes tendances.	A définir
Le marketing dans le secteur auto	En cours de définition	Les typologies d'acheteurs Le Mix marketing Le marketing de marque	Contrôle continu
Stratégie de distribution	En cours de définition	La vente dans le show room Le cycle de vie du produit La relation client	Contrôle continu écrit
Management de l'innovation	En cours de définition		A définir



2023							2024						
Sepembre	Octobre	Novembre	Décembre	janvier	Février	Mars	avril	Mai	Juin	Juillet	Aout		
1 V	D	M Toussaint	V	1 L 1er de l'an	J	V	1 L Lundi de Pâques	M 1er mai	S	L	J		
2 S	L	J	S	2 M	V	S	2 M	J	D	M	V		
3 D	M	V	D	3 M	S	D	3 M	V	L	M	S		
4 L	M	S	L	4 J	D	L	4 J	S	M	J examen anglais	D		
5 M	J	D	M	5 V	L	M	5 V	D	M	V soutenance	L		
6 M	V petit dej tuteur ENL		M	6 S	M	M	6 S	L	J	S	M		
7 J rentrée	S	M	J	7 D	M	J	7 D	M	V	D	M		
8 V	D	M	V	8 L	J	V	8 L	M 08-mai-45	S	L	J		
9 S	L	J	S	9 M	V	S	9 M	J Ascension	D	M EX INSE-EX ESCI	V		
10 D	M	V	D	10 M	S	D	10 M	V	L	M EX CSI-EX ACOI	S		
11 L	M	S Armistice	L	11 J	D	L	11 J	S	M	J EXORA-EX CSV00	D		
12 M	J	D	M	12 V	L	M	12 V	D	M	V	L		
13 M	V	L	M	13 S	M	M	13 S	L	J	S	M		
14 J	S	M	J	14 D	M	J	14 D	M	V	D Fête nationale	M		
15 V	D	M	V	15 L	J	V	15 L	M	S	L	J Assomption		
16 S	L	J	S	16 M	V	S	16 M	J	D	M	V		
17 D	M	V	D	17 M	S	D	17 M	V	L	M	S		
18 L	M	S	L	18 J	D	L	18 J	S	M	J	D		
19 M	J	D	M	19 V	L	M	19 V	D	M	V	L		
20 M	V	L	M	20 S	M	M	20 S	CCall Lundi de Pentecôte	J	S	M		
21 J	S	M	J	21 D	M	J	21 D	M	V	D	M		
22 V	D	M	V	22 L	J	V	22 L	M	S	L	J		
23 S	L	J	S	23 M	V	S	23 M	J	D	M	V		
24 D	M	V	D	24 M	S	D	24 M	V	L	M	S		
25 L	M	S	L Noël	25 J	D	L	25 J	S	M	J	D		
26 M	J	D	M	26 V	L	M	26 V	D	M	V	L		
27 M	V	L	M	27 S	M	M	27 S	L	J	S	M		
28 J	S	M	J	28 D	M	J	28 D	M	V	D	M conférence		
29 V	D	M	V	29 L	J	V	29 L	M	S	L	J bilan		
30 S	L	J	S	30 M	S	S	30 M	J	D	M	V		
31 M	M		D	31 M	D	D	31 M	V	M	M	S rattrapage anglais		

