



LICENCE - Gestion parcours Commerce, vente et marketing

NOM COMPLET DU DIPLÔME

Licence Droit, Economie, Gestion mention Gestion parcours Commerce, vente et marketing

Code : LG03606A



-] Niveau d'entrée : Bac, Bac + 1, Bac + 2
- Niveau de sortie : Niveau 6 (Licence, Licence LMD, licence professionnelle, Maîtrise)

- 🕒 Durée : 1 à 3 ans
Année 1 : 525 heures en formation + 1082 heures en entreprise soit 1607 heures au total
Année 2 : 700 heures en formation + 907 heures en entreprise soit 1607 heures au total
Année 3 : 5800 heures en formation + 1027 heures en entreprise soit 1607 heures au total
- 🏆 ECTS (diplôme) : 180



<https://www.cnam-bourgognefranchecomte.fr/node/112832>

✉ Contact formation : bfc_licence-CVM-ECM@lecnam.net

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.

Modalités de validation

L'ensemble des cours sont compensables au sein d'une même année, à l'exception de l'UAM110 qui doit être validée séparément.

L'UAM110 doit être présentée à la fin du cursus et ne peut pas donner lieu à une validation anticipée.

Compétences et débouchés

Compétences

- 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.

Type d'emplois accessibles :

- Animateur des ventes
- Attaché commercial
- Assistant marketing
- Chargé de clientèle
- Chargé de produit
- Chargé de promotion marketing

En partenariat avec



École de
Commerce et
Management

Centres

Renseignements administratifs et inscription : [Centre Cnam de Besançon](#)

Lieu d'enseignement : [ECM Besançon](#)

Mentions officielles

Le certificateur est le Cnam
Code RNCP
35924

Date d'enregistrement au RNCP
30/05/2025

Date de l'échéance de l'enregistrement au RNCP
31/08/2030

Modalités et délais d'accès

Contactez-nous pour avoir plus d'informations concernant la formation qui vous intéresse : www.cnam-bourgognefranche-comte.fr/contactez-nous

En savoir plus sur nos modalités et délais d'accès : www.cnam-bourgognefranche-comte.fr/inscription

Équivalences, passerelles & suite de parcours

En savoir plus sur les équivalences, passerelles & suite de parcours : www.cnam-

- Chargé de stratégie digitale
- Chef de produit
- Chef de secteur

Méthodes pédagogiques

Les enseignements théoriques, couplés à des mises en application en travaux dirigés et travaux pratiques sur matériels et logiciels métiers permettront une professionnalisation rapide. L'espace numérique de formation du Cnam (Moodle) permet à chaque enseignant de rendre accessible des ressources spécifiques à ses enseignements. Des modalités plus détaillées seront communiquées au début de chaque cours.

Prérequis et conditions d'accès

Plusieurs cas de figure :

- Le candidat dispose déjà d'une **L1 et L2 en Droit Economie Gestion**, il peut intégrer automatiquement la formation. (Voir la rubrique Inscription)
- Le candidat dispose d'un **BTS, d'un DUT dans le domaine du marketing ou de la vente** BTS Management des Unités Commerciales, BTS Management Commercial Opérationnel, BTS Négociation et digitalisation de la relation client, BTS Négociation de la Relation Client., BTS Gestion de la PME, BTS Banque Conseillé de clientèle, BTS Commerce International, BTS Technico-commercial, DUT Gestion des Entreprises et Administration, DUT Technique de Commerciale, DUT Gestion administrative et commerciale, d'une formation Classe préparatoire aux Ecoles de Commerce ou d'un **titre RNCP de niveau III en marketing ou en vente**.

D'une façon générale, afin d'assurer des conditions optimales pour le suivi du diplôme, les formations non listées ci-dessus entre dans l'acceptation de droit si elles respectent (sur justificatif du programme détaillé) le point suivant :

La formation équivalente à la L1 et la L2 suivi par le candidat justifie, sur les deux années, d'un minimum de 16 ECTS (soit un minimum de 160h de cours) dans les matières marketing et/ou vente uniquement.

Il peut s'inscrire directement en L3.

Le candidat ne dispose **pas d'un Bac+2** en gestion OU il a suivi une formation hors gestion (bac+2 en Droit, en Economie, en Lettres, Sciences, STAPS, etc). Il doit déposer un dossier de VAPP (Validation d'Acquis Professionnels et Personnels).

Le candidat dispose d'un **bac+3 ou plus dans un domaine connexe** au marketing et à la vente (Bac+3 en Psychologie, Droit, etc).

Il faut compléter un dossier de VES (Validation d'Enseignement Supérieur) pour intégrer la L3. Le dossier sera évalué par une commission qui statuera sur la cohérence de la demande et délivrera une équivalence de la L1 et L2.

bourgognefranchecomte.fr/equivalences-passerelles-suite-de-parcours

Mots-clés

Stratégie commerciale de l'entreprise

Technique de marketing

études marketing

merchandising

Type de diplôme

Licence générale

Code NSF

312m - Commerce, vente

312n - Etudes de marchés et projets commerciaux

Formacode

Vente distribution [34566]

Marketing [34052]

Force vente [34561]

Code du parcours

LG03606

URL externe

<https://icsv.cnam.fr/icsv-institut-des-cadres-superieurs-de-la-vente/formations...>



Les frais pédagogiques de la formation sont pris en charge par les entreprises et/ou les OPCO.



Tarifs et modes de financement : www.cnam-bourgognefranchecomte.fr/tarifs



Formation ouverte aux personnes en situation de handicap (à étudier avec la mission handicap du centre).

bfc_handicap@lecnam.net

Exigence du programme

Compétences attestées :

-Assurer une veille tant sur les plans géopolitiques démographiques, socio-économiques, environnementaux que managériaux, etc. en mobilisant des outils technologiques et des méthodes de recherche pluridisciplinaire afin de se forger un regard critique et de comprendre l'écosystème des organisations.

-Identifier les tendances d'évolution afin d'anticiper les futurs possibles des organisations publiques au niveau technologique, environnementale et sociétal en détectant les menaces, les opportunités, les tendances, les risques possibles, etc.

-Mobiliser les mécanismes fondamentaux de la gestion financière en s'appuyant sur les principaux concepts, indicateurs et outils budgétaires et numériques afin d'interpréter les équilibres économiques d'une activité et d'éclairer les décisions managériales tout en prenant en compte les enjeux de responsabilité sociales et environnementale.

-Mettre en œuvre des pratiques de gestion des ressources humaines et de management en tenant compte des évolutions technologiques et des enjeux sociaux et environnementaux (handicap, accessibilité, diversité, prévention du harcèlement) afin d'organiser le travail, mobiliser les équipes et contribuer à la performance collective.

-Relier les fondamentaux du marketing et de la gestion des opérations en mobilisant les notions associées à la création de valeur, à la chaîne logistique et à la relation client afin de contribuer à la cohérence des choix opérationnels et technologiques ainsi qu'à l'atteinte des objectifs stratégiques.

- Gérer un projet et définir des plans d'actions opérationnels et les mettre en œuvre en favorisant les innovations technologiques et managériales tout en prenant en compte les enjeux de développement durable afin de contribuer au pilotage opérationnel.

- Contrôler le respect des règles, pratiques, normes sociales et environnementales en vérifiant l'application de la réglementation afin de sécuriser les activités.

- Exploiter des données en mobilisant des méthodes de recherche pluridisciplinaires et des technologies adaptées afin de réaliser des analyses utiles aux prises de décision managériales et de développer son esprit critique.

-Utiliser les outils numériques de référence en respectant les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, analyser, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.

- S'exprimer à l'oral et à l'écrit en utilisant les outils technologiques et le registre de langue adapté pour présenter, défendre un projet et rendre compte de son avancement dans des contextes professionnels nationaux ou internationaux.

- Identifier et analyser les champs professionnels en s'appuyant sur les référentiels des métiers, les tendances sectorielles et les concours, les parcours de formation existants afin de construire des choix de carrière éclairés, y compris à l'international.

- Valoriser ses compétences et son projet professionnel en mobilisant des outils numériques d'auto-évaluation, de suivi des compétences, de retours d'expérience et de mise en visibilité sur les réseaux sociaux afin de renforcer son attractivité sur le marché du travail.

- Mettre en œuvre des méthodes de travail en mobilisant des techniques et outils de recherche et d'apprentissage permanent, tout en développant sa curiosité et son esprit critique afin de réussir les concours administratifs ou les processus de recrutement, tant à l'écrit qu'à l'oral.

Statut professionnel conféré

Secteurs d'activités :

M70 : Services des sièges sociaux, services de conseil en gestion

N82 : Services administratifs et autres services de soutien aux entreprises

M70 : Services des sièges sociaux, services de conseil en gestion

N82 : Services administratifs et autres services de soutien aux entreprises

Type d'emplois accessibles :

Assistant de gestion
Chargé de comptabilité / Comptable junior
Assistant contrôle de gestion
Assistant financier / Analyste financier junior
Chargé de projet opérationnel
Assistant ressources humaines
Assistant commercial / Gestionnaire de portefeuille client
Gestionnaire administratif
Assistant en audit ou contrôle interne
Collaborateur polyvalent en PME / start-up
Assistant de gestion
Chargé de comptabilité / Comptable junior
Assistant contrôle de gestion
Assistant financier / Analyste financier junior
Chargé de projet opérationnel
Assistant ressources humaines
Assistant commercial / Gestionnaire de portefeuille client
Gestionnaire administratif
Assistant en audit ou contrôle interne
Collaborateur polyvalent en PME / start-up

Code(s) ROME :

- M1203 - Comptabilité
- M1204 - Contrôle de gestion
- M1604 - Assistanat de direction
- M1605 - Assistanat technique et administratif

Systeme de notation

Modalités d'évaluation :

Les modalités du contrôle permettent de vérifier l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances, compétences et blocs de compétences constitutifs du diplôme. Ces éléments sont appréciés soit par un contrôle continu et régulier, soit par un examen terminal, soit par ces deux modes de contrôle combinés. Chaque ensemble d'enseignements à une valeur définie en crédits européens (ECTS). Pour l'obtention du grade de licence, une référence commune est fixée correspondant à l'acquisition de 180 crédits ECTS.

Programme

Modules d'enseignement

Année 1

- | | |
|--|---|
| → Anglais et pratiques professionnelles | → Enjeux des transitions écologiques: comprendre et agir |
| → Application des études théoriques à la vie de l'entreprise | → Expérience professionnelle licence générale marketing vente commerce L3 |
| → Comptabilité et contrôle de gestion- Découverte | → Marketing Digital et Plan d'acquisition on-line |
| → Datascience au service de la gestion de la relation client – CRM | → Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data |

- Négociation et Management des forces de vente : approfondissements
- Principaux contrats de l'entreprise
- Stratégie de communication multicanal
- Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle
- Veille stratégique et concurrentielle

Blocs de compétences

Un bloc de compétences est constitué d'un ensemble d'Unités qui répond aux besoins en formation de l'intitulé du bloc.

Les unités ci-dessus sont réparties dans les Blocs de compétences ci-dessous.

Chaque bloc de compétences peut être validé séparément.

Utiliser les outils numériques de référence

LG036C16

Se positionner vis-à-vis d'un champ professionnel

LG036C46

Utiliser des techniques et outils de gestion

LG036C76

Exploiter des données à des fins d'analyse

LG036C26

Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle

LG036C56

Développer des pratiques professionnelles en gestion

LG036C86

S'exprimer et communiquer à l'oral, à l'écrit et dans au moins une langue étrangère

LG036C36

Appréhender le monde des affaires

LG036C66