

Public concerné

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 pré requis les UE ACD002 et ACD006.

- Âgé(e) de moins de 30 ans, vous suivrez la formation contrat d'apprentissage ou en contrat de professionnalisation.

- Âgé(e) de plus de 30 ans, vous suivrez la formation en contrat de professionnalisation adultes

Lieu de recrutement :

Amiens, Beauvais, Compiègne

Période de recrutement :

De février à fin juin.

Jury d'admissibilité mensuel en fonction des places disponibles.

Procédure de recrutement :

Sur dossier, test de positionnement et entretien de motivation.

Frais de formation :

Formation gratuite et rémunérée pour les jeunes. Contribution aux frais de formation par les entreprises.

Frais de candidature : 30€;

Lieu de formation :

Amiens, Beauvais Compiègne

Durée de la formation :

1 an

Rythme de l'alternance :

2 jours en centre de formation (jeudi et vendredi), 3 jours en entreprise.

Un rapport d'activité devra être rédigé en fin d'année.

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Contrairement à des formations purement spécialisées en référencement Web ou e-commerce, la licence «Gestion Parcours Commerce Marketing» permet une approche généraliste comprenant des cours de marketing, de communication, de management, de gestion... ainsi qu'une formation approfondie en Web marketing et e-commerce complétée lors de la mission effectuée en entreprise.

À l'issue de la formation, les élèves peuvent ainsi trouver des postes dans des sociétés de référencement ou des agences de web marketing, mais aussi au sein de grands groupes ou de PME/PMI qui recherchent souvent une double compétence afin de mieux s'insérer dans un environnement complexe

Organisation

Nombre de crédits ECTS : 60

Stages, projets, mémoire et condition de délivrance du diplôme

Licence Droit, Économie, Gestion mention Gestion. Diplôme habilité. Arrêté du 19 septembre 2014. (LG036 parcours 6). Diplôme d'État Bac+3.

Après la licence, possibilité d'intégrer directement le titre RNCP Responsable commercial et marketing.

Possibilité de poursuite d'études jusqu'au Master mercatique, vente, distribution (Cnam) ou tout

autre Master.

Description de la formation

CCG101	Comptabilité et contrôle de gestion Initiation I	4 crédits
--------	---	-----------

DRA103	Règles générales du droit des contrats	4 crédits
--------	--	-----------

EME101	Management processus et organisation de l'entreprise	6 crédits
--------	---	-----------

ESC101	Mercatique I : concepts et études marketing	6 crédits
--------	---	-----------

ESC103	Veille stratégique et concurrentielle	4 crédits
--------	--	-----------


ESC123	Marketing électronique - Marketing Digital	6 crédits
--------	--	-----------


ESD104	Politiques et stratégies économiques dans le monde global	6 crédits
--------	--	-----------

CFA116	Comptabilité et analyse financière	6 crédits
--------	---------------------------------------	-----------

UA2B12	Anglais	2 crédits
--------	---------	-----------

ACD109	Négociation et Management des forces de vente : approfondissement	4 crédits
--------	--	-----------

 Unités d'enseignements et unités d'activités obligatoires

 Unités d'enseignements et unités d'activités optionnelles

Commentaire sur la formation

Plaquette de la formation en alternance

Dossier de candidature

Fiche Orientation Métier

Planning Formation Amiens

Planning Formation Beauvais

Planning Formation Compiègne

Inscription aux tests de positionnement(par internet - paiement CB et Paypal)

ACD109 - Négociation et Management des forces de vente : approfondissements

Public concerné

Avoir le niveau d'un premier cycle en économie ou gestion

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Préparer et entraîner les participants à intégrer la démarche marketing dans la conception du plan d'action commerciale et à assurer la mise en oeuvre des actions retenues. Compléter et actualiser les connaissances des auditeurs dans le domaine de la négociation et du management des forces de vente

Capacité et compétences acquises

Concevoir et assurer la mise en oeuvre d'un plan d'action commerciale. Analyser un marché. Préparer et conduire un entretien de vente et une négociation. Formaliser une stratégie commerciale. Manager une unité commerciale

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

De la stratégie commerciale au plan d'action commerciale La conception du plan d'action commerciale Communication directe et vente directe Les nouvelles formes de distribution (franchise, téléachat, ...) Le rôle des technologies de l'information, évolutions et perspectives. Internet et E. Commerce Négociation et mise en oeuvre du plan d'action commerciale Techniques de négociation, méthodes générales et cas particuliers Le marketing d'affaires : la négociation industrielle et de projets Le management des unités commerciales Organisation de la prospection. Animation et contrôle des équipes de vente Communication sur le point de vente Exercices dirigés (études de cas)

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

CCG101 - Comptabilité et contrôle de gestion Initiation I

Public concerné

Pré requis : aucun

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Comprendre les fondements de la comptabilité de gestion et du contrôle de gestion pour saisir la manière dont on les utilise et communiquer avec les spécialistes. S'adresse aux auditeurs ne souhaitant pas se spécialiser dans la discipline.

Capacité et compétences acquises

Compréhension et capacité à dialoguer avec les spécialistes de la discipline. Cet enseignement est destiné à des généralistes de la gestion ou des spécialistes des autres champs disciplinaires de la gestion.

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

Coûts directs: définition et fonction des coûts, typologie des coûts, distinction charges fixes/variables, méthode du coût direct, méthode du coût spécifique, indicateurs de risque et de rentabilité. Coûts directs avec imputation rationnelle des charges fixes, coût marginal: principe et pratique de l'imputation rationnelle, interprétation et pratique du coût marginal. Coût complet par fonctions: processus de calcul des coûts, charges directes et indirectes, traitement des charges indirectes, coût d'acquisition et stocks, coût de production et stocks, coût hors production, coût de revient et résultat. Coût complet par activités: coûts à base d'activités, ABM, caractéristiques et mise en oeuvre de la méthode du coût objectif, analyse de la valeur.

Les unités de formations sont proposées dans les centres de : AMIENS - FOAD

Semestre 1

Disponible en FOAD

Les scéances de regroupement auront lieu le :

21/11/09

09/01/10

cours

Comptabilité et contrôle de gestion Initiation I CCG101

Jeudi

AMIENS

18h-21h - cours

Comptabilité et contrôle de gestion Initiation I CCG101

Aucun cours pour le semestre 2

CFA116 - Comptabilité et analyse financière

Public concerné

- Conditions d'admission : agrément par l'enseignant sur dossier. Avoir soit le niveau de bac+2 et posséder des connaissances générales en gestion, soit une qualification de cadre avec expérience professionnelle en gestion, soit avoir été admis directement en troisième année de licence économie et gestion ou d'autres diplômes du CNAM.

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

- Permettre à des spécialistes de comprendre les référents des modèles comptables et de savoir lire les états financiers de l'entreprise. - Etre capable de réaliser une analyse financière succincte à partir des documents comptables de synthèse.- Etre capable de comprendre les logiques de calcul de coûts.

Capacité et compétences acquises

- UE d'un semestre destinée à de futurs cadres de gestion, non spécialisés dans les domaines comptables mais qui sont appelés à utiliser l'information comptable dans leur activité opérationnelle ou fonctionnelle et à dialoguer avec les services comptables et financiers. Cette UE s'adresse aux auditeurs qui suivent des formations non spécialisées en comptabilité.

Organisation

6 crédits

Contenu de la formation

I Partie (2-3 séances) : Finalités et acteurs de l'information comptable- Entreprise et système comptable- Rendre compte et comptabilités financière et de gestion- Finalités de l'information comptable externe- Les acteurs de la chaîne de l'information comptable externe- La normalisation de l'information comptable externeII Partie (4-5 séances) : Modèle comptable et contenu des états financiers- Objectifs et caractéristiques du système comptable- Le(s) modèle(s) comptable(s) : vues, principes, notions fondamentales- La représentation du résultat comptable dans les états financiers (notamment à partir d'un cas de création d'entreprise)- Le compte de résultat- Le bilan- Le tableau des flux financiers NB : Les états financiers seront étudiés sans passer les écritures, mais à partir à la fois de modèles simplifiés de présentation aux usagers de l'information comptable et des principales classes du PCG concernant actifs, passifs, charges et produits. Seules les logiques comptables les plus importantes (amortissement, provision, distinction charge-immobilisation, dépréciation et juste valeur) devront être approfondies. III Partie (4-5 séances) : L'interprétation des états financiers- Analyse des performances économiques et financières ; analyse de la valeur ajoutée- Analyse fonctionnelle de la structure financière- Principaux indicateurs- Notions de contrôle de gestion et de calcul des coûts IV Partie (2-3 séances) : Analyse d'un cas d'entreprise / simulateur- Étude d'une série d'états financiers d'une entreprise de taille moyenne- (en alternative) Analyse d'états financiers didactiques, notamment générés par une logiciel de simulation

Semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

DRA103 - Règles générales du droit des contrats

Public concerné

Public: Collaborateurs des services administratifs, financiers, commerciaux et juridiques des entreprises. Responsables commerciaux, responsables de ventes. Toute personne chargée de la gestion des contrats. Conditions d'accès: Il est absolument indispensable d'avoir le niveau de l'unité d'enseignement "Présentation générale du droit" (DRA001) et de l'unité "Initiation aux techniques juridiques fondamentales" (DRA002) ou posséder de bonnes connaissances de base en droit des affaires.

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Maîtriser les aspects théoriques et pratiques du droit des contrats et des obligations. Acquérir une bonne connaissance des règles générales gouvernant les relations entre l'entreprise et ses partenaires (fournisseurs, clients, prêteurs, assureurs, administration, etc.). Comprendre les étapes de la conclusion d'un contrat et gérer les risques inhérents à son exécution. Connaître les clauses contractuelles les plus usuelles et savoir les utiliser. Savoir lire un contrat et gérer son exécution.

Capacité et compétences acquises

A l'issue de cet enseignement l'auditeur sera en mesure de qualifier un contrat et de maîtriser sa conclusion. Il pourra également gérer l'exécution, faire face à l'inexécution des obligations et comprendre la responsabilité engagée dans ce dernier cas. Il maîtrisera les notions de force obligatoire et d'effet relatif en droit des obligations. Enfin, la formation lui permettra d'identifier les pièges de la négociation et la conclusion des contrats et intégrer les conséquences juridiques des obligations contractuelles.

Organisation

4 crédits

Contenu de la formation

Technique contractuelle Recherche du co-contractant - Pourparlers - Clauses usuelles- Rédaction et conclusion du contrat. Conclusion des contrats Classification des contrats - Formation des contrats - Modification des contrats - Interprétation des contrats. Exécution des contrats Régime des obligations contractuelles - Responsabilité - Inexécution des contrats - Extinction des contrats (résiliation, résolution). Gestion des litiges liés à l'exécution du contrat.

Les unités de formations sont proposées dans les centres de : FOAD

Aucun cours pour le semestre 1

Semestre 2

Disponible en FOAD
Les scéances de regroupement auront lieu le :
20/03/10
22/05/10
cours
Règles générales du droit des contrats DRA103

EME101 - Management processus et organisation de l'entreprise

Public concerné

Public Bac+2 Auditeurs inscrits en licence générale ou en licences professionnelles de l'école MS Auditeurs inscrits à certains certificats de compétence ou Bachelor spécifiques

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Finalités de la formation: permettre à l'auditeur d'acquérir les éléments essentiels pour la compréhension et la mise en œuvre d'outils de gestion des processus et d'outils de gestion de l'organisation afin d'atteindre la performance attendue. Finalités pédagogiques: Inciter à la recherche documentaire Développer le travail de groupe Renforcer les capacités d'analyse Restituer le travail d'un groupe de travail Développer la culture de l'enregistrement écrit

Capacité et compétences acquises

Connaître les principales formes des organisations Comprendre la complémentarité entre division des tâches (la structure) et re-coordination (les processus) Comprendre les dynamiques historiques de développement des organisations Comprendre les grandes fonctions et les rôles respectifs Connaître l'approche processus d'une organisation Savoir mettre en œuvre des outils de gestion de processus (liens à la démarche Qualité, liens avec le BPR)

Organisation

6 crédits

Contenu de la formation

I. Eléments d'histoire du management Du marchand donneur d'ordre à l'entrepreneur capitaliste La production poussée vers le marché par la grande entreprise La consommation de masse Vers une " personnalisation évolutive de masse " II. Présentation de l'activité de l'entreprise De la PME à la multinationale Les formes d'organisation - Structures Une cartographie des processus Principes et formes d'organisation d'entreprise L'interaction entre processus et structure III. Implication de la qualité dans l'organisation Outils de la qualité et système de management par la qualité Les attentes des parties prenantes L'intégration des systèmes de management qualité, sécurité et santé au travail, environnement Les outils de management des risques IV. Outils de gestion et de qualité par les processus Généralisation interne de l'interface client-fournisseur La mesure de la performance durable Mise sous contrôle et amélioration permanente Amélioration (Kaysen) et reconception des processus (BPR)

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

ESC101 - Mercatique I : concepts et études marketing

Public concerné

Avoir le niveau Bac + 2 (commerce/ gestion ou scientifique/technique).Connaissances générales du fonctionnement d'une entreprise. Notions élémentaires de statistiques Expérience professionnelle minimale de 2 ans souhaitable

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Acquérir ou approfondir les notions de base des études marketing par une pédagogie active, illustrée de nombreux exemples concrets. Public : élèves non impliqués directement dans les métiers du marketing et de la vente et souhaitant mieux comprendre ces domaines, professionnels exerçant une activité commerciale ou marketing et désirant approfondir ou actualiser leurs connaissances.

Capacité et compétences acquises

Savoir définir et mettre en oeuvre une étude marketing dans des problématiques courantes.

Organisation

6 crédits

Contenu de la formation

Concepts et études marketing Cours : Principes et acteurs du marketing Modèle de comportement d'achat Tendances socio-culturelles Démarche d'une étude sur un exemple simple Méthodologies de recueil d'informations marketing, conception de questionnaires Notion d' Insight Introduction aux études qualitatives et ethnographiques Échantillonnage aléatoire et par quotas, notions de stratification Analyse d'informations marketing, rappels de statistiques descriptives, application à la segmentation de clientèle (typologie) et au positionnement de produits (analyse factorielle) Panels de consommateurs, de distributeurs et d'audience; "access panels"; panels d'internautes.Single source. Etudes en ligne, forums de co création, e-réputation Scoring et géomarketing Cas concrets d'applications, exposés d'experts ED d'application sur les principaux chapitres

Semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

ESC103 - Veille stratégique et concurrentielle

Public concerné

Avoir le niveau Bac + 2 (commerce, gestion ou scientifique, technique). Connaissances générales du fonctionnement d'une entreprise. Expérience professionnelle minimale de 2 ans souhaitable

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

Avoir une bonne compréhension de la veille concurrentielle et stratégique, de ses enjeux et de sa place dans la politique de l'entreprise,Acquérir les connaissances des méthodes et des ressources pour la veille concurrentielle, Mettre en application les apports théoriques à travers une mise en situation issue d'un cas réel d'entreprise.

Capacité et compétences acquises

A l'issue de la formation, les participants sauront : - définir une méthodologie de collecte et de traitement de l'information adaptée à l'entreprise et au champ de veille défini, - émettre des recommandations pour la mise en place d'un système de veille dans l'entreprise, Les auditeurs se seront initiés concrètement à la pratique de la veille en entreprise en travaillant en groupe sur un cas concret d'entreprise

Organisation
4 crédits

Contenu de la formation

- Introduction : la veille stratégique et concurrentielle et ses enjeux - La dimension stratégique de la veille - Sources d'information et méthodes de recherche d'information - Sources et méthodes de recherche de la veille concurrentielle et stratégique - La recherche d'information sur internet et les réseaux sociaux - La veille technologique - Le benchmarking et les avis d'experts - L'espionnage industriel et la protection de ses informations - De l'information à la décision - S'organiser en interne pour la veille et la diffusion de connaissances.

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

ESC123 - Marketing électronique - Marketing Digital

Public concerné

Avoir une bonne connaissance préalable du marketing, le cours s'appuyant sur ces connaissances générales.

Finalité de l'unité d'enseignement

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

- Avoir une vision plus claire de l'utilisation des technologies de l'information en communication et commerce électronique, - Savoir mieux évaluer les potentialités et les enjeux de l'e-business pour son activité, - Savoir intégrer la dimension web dans la politique générale et la stratégie marketing de l'entreprise, - Participer efficacement à des projets concrets dans ces domaines.

Capacité et compétences acquises

Apporter aux auditeurs les concepts et outils qui leur permettront de développer des projets internet et d'intégrer les technologies de l'information dans la politique marketing de leur entreprise (communication, commerce, relation clients).

Organisation
6 crédits

Contenu de la formation

Les enjeux(et contexte : les 4 dimensions du web Les domaines d'application et business models du Net(Etudes et comportements du consommateur en ligne(Systèmes d'Information et Relation Client Politique numérique d'offre et politique de prix(Politique commerciale des sites marchands(Commerce électronique(Commerce interentreprises et logistique(La marque sur internet(De la communication en ligne(à la communication Marketing Intégrée (CMI) Du marketing direct en ligne(au " On Demand Marketing " Les réseaux sociaux

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

ESD104 - Politiques et stratégies économiques dans le monde global

Public concerné

Tout public pouvant accéder à l'enseignement supérieur Pré-requis : Aucun, même si une formation de niveau Bac + 2 est souhaitable

Organisation
6 crédits

Contenu de la formation

L'U.E. est structurée en quatre parties : Rappels de notions de base en micro et macroéconomie. Voir les trois premiers cours. Mondialisation et financiarisation de l'économie. Il s'agit d'expliquer les transformations de l'économie mondiale avec la globalisation des marchés financiers qui s'est accélérée depuis les années 1980. Causes de la révolution financière internationale ; évolution du système monétaire international. Forces et fragilités des marchés financiers. Causes et conséquences de la crise économique et financière de 2008 - 2009. Réforme du système financier international (G20, politiques européennes). Les entreprises face au marché unique et à la monnaie unique. Comment fonctionne le marché unique européen ' Mise en place de la zone euro ; optimisation de la politique économique européenne ; quelle politique de change face aux Etats-Unis et à l'Asie ' Évolution de la zone euro. Risques et opportunités du développement de la zone euro pour les entreprises. Compétitivité et attractivité de la France. Forces et faiblesses de l'économie française dans la zone euro et le monde global. Quelles réformes de la protection sociale pour réduire les charges des entreprises ' Quelles réformes de la fiscalité pour faire face à la compétition fiscale intra-européenne ' Quelles réformes de l'organisation territoriale pour permettre à nos territoires d'accélérer leur développement '

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

UA2B12 - Anglais

Public concerné

Organisation
2 crédits

Contenu de la formation

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2