



LICENCE PROFESSIONNELLE

MARKETING - COMMUNICATION DES ENTREPRISES

Prépa. BTS d'État et DTS MCE

La **LICENCE de Marketing - COMMUNICATION DES ENTREPRISES** vise à développer des compétences générales, techniques et professionnelles. Ce programme permet la constitution d'une solide culture générale et développe une grande faculté d'adaptation. Les interventions professionnelles, les stages et projets apportent au cours de ces années les outils et connaissances nécessaires à une intégration professionnelle rapide en Entreprise et en Agence.

OBJECTIFS

OBJECTIFS PRINCIPAUX

Nous pouvons les structurer en trois (03) axes majeurs :

- **Axe 1 : PRÉPARER, RÉALISER ET EXPLOITER DES ÉTUDES MARKETING**
- **Axe 2 : CONCEVOIR ET METTRE EN ŒUVRE DES ACTIONS DE COMMUNICATION**
- **Axe 3 : CONCEVOIR ET METTRE EN ŒUVRE DES POLITIQUE DE COMMERCIALISATION**

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Au-delà de former des spécialistes pouvant assumer les fonctions d'encadrement et de responsabilité dans le cadre des processus de communication et / ou de commercialisation, les titulaires de ce diplôme devront être capables être capable de mener à bien les missions suivantes :

- La promotion des ventes
- La mercatique directe
- L'organisation d'événements
- Le parrainage
- La vente d'espaces
- Les publicitaires
- Les relations publiques et les relations presse
- Les études [marché, audience]
- Animer / Assister la communication interne
- L'organisation et la promotion des [séminaires, journaux d'ese.]
- Les foires et salons
- La publicité [annonce presse, spots radio, affiches]
- L'édition [dépliants, plaquettes]

DEBOUCHES PEDAGOGIQUES

Ce programme prépare avant tout à des métiers en relation principalement avec :

- Le Marketing,
- Le Commerce,
- Le Management de l'information.

Et avec le niveau acquis, le récipiendaire de cette Licence peut continuer ses études principalement en : **MASTER / Marketing, Communication, Qualité, etc..**

DEBOUCHES PROFESSIONNELLE

Le récipiendaire exerce ses activités dans toute entreprise de communication, marketing, de commercialisation, de services réalisant des opérations sur des marchés aussi bien locaux qu'étrangers ou liées à des implantations étrangères.

Il est un agent de terrain doublé d'un bon marqueteur et d'un concepteur de stratégie de vente et de publicité, Vendeur généraliste, il exercera son activité sur des marchés divers (vente aux intermédiaires, aux prescripteurs, aux utilisateurs), et ses activités prennent des formes variées (vente par visites, démarchages, vente par téléphone, etc.).

Avec le diplôme obtenu, l'étudiant peut exercer des métiers tels que :

- Assistant(e) communication,
- Assistant(e) attaché(e) presse,
- Assistant chef de publicité,
- Concepteur - rédacteur,
- Média - planneur,
- Attaché/assistant/conseiller commercial,
- Concepteur vendeur,
- Employé relation clientèle,
- Assistant export,
- Chargé d'études,
- Commercial,
- Chef de produit, etc..

ORGANISATION DES ETUDES

Les programmes de formation sont organisés sur une durée de trois ans, réparties en six [06] semestres dont quatre [04] en Licence - 1 et Licence - 2. Ces quatre [04] semestres sont validées et sanctionnées par l'obtention du BTS et / ou DTS. Le semestre cinq [05] et six [06] constitue la troisième année de Licence qui boucle le 1^{er} cycle LMD. Les enseignements sont organisés en unités d'enseignement [UE] composées elles mêmes de modules capitalisés en Crédit et transférables.

Les enseignements comprennent des disciplines de bases, complétées par des travaux dirigés, et des pratiques professionnelles, pour respecter l'équilibre Ecole - Entreprise. L'étudiant consolide et approfondie ses connaissances théoriques et se familiarise avec l'univers professionnel à travers les dossiers de recherche et le programme d'alternance Ecole - Entreprise. De cette manière, les énoncés théoriques de la formation sont confrontés aux réalités du terrain qui valident la formation dont la finalité est d'être diplômante et qualifiante. L'obtention du diplôme de Licence requiert la soutenance d'un mémoire portant sur un thème de recherche validé par le comité scientifique de l'Institut.

CONDITIONS ET MODALITES D'INSCRIPTION

- La sélection se fait sur Dossier, Entretien et / ou Test,
- Sont acceptés tous candidats issus de la Formation initiale ayant le niveau minimum d'étude,
- Sont acceptés tous les baccalauréats [toutes séries confondues],
- Sont acceptés les auditeurs en reprise d'études (salariés, demandeurs d'emplois) qui doivent avoir le diplôme requis, ou avoir un niveau équivalent reconnu par la **Commission de VAP [Validation des Acquis Professionnels] et / ou Comité Pédagogique.**

DUREE ET COUTS DE LA FORMATION

• En Jour

L1 600.000 répartis comme suit :

09 mens. X 50.000 = 450.000

02 tenues x 50.000 = 100.000

Inscription 50.000 = 50.000

L2 550.000 répartis comme suit :

10 mens. X 50.000 = 500.000

Inscription 50.000 = 50.000

L3 700.000 répartis comme suit :

12 mens. X 50.000 = 600.000

01 tenue x 50.000 = 50.000

Inscription 50.000 = 50.000

• En Soir

L1 570.000 répartis comme suit :

12 mens. X 35.000 = 420.000

02 tenues x 50.000 = 100.000

Inscription 50.000 = 50.000

L2 375.000 répartis comme suit :

10 mens. X 35.000 = 350.000

Inscription 25.000 = 25.000

L3 700.000 répartis comme suit :

12 mens. X 50.000 = 600.000

01 tenue x 50.000 = 50.000

Inscription 50.000 = 50.000

DOSSIER A CONSTITUER

- Photocopie légalisée du dernier diplôme ou de l'attestation de réussite,
- Relevés de notes de la dernière année d'étude,
- Deux [02] pièces d'Etat - Civil,
- Deux [02] photos d'identité,
- Lettre de motivation,

PROGRAMME

		Unité d'Enseignement (UE)	Eléments Constitutifs
1er SEMESTRE	1er Année	Langues Vivantes	Technique d'expression [français]
			Anglais Commercial
		Techniques Quantitatives de Gestion	Comptabilité Général
		Outils Mathématiques de Gestion	Mathématiques Générales
		Informatique	Bureautique - I
		Environnement Economique, Juridique et Social de l'Entreprise	Géographie Economique
			Droit Civil
			Economie Générale
		Commercialisation	Marketing Stratégique
		Marketing Management	Marketing [Concepts fondamentaux, Marché, Plans produit & prix]
Etude de Marche	Etude de Marche		
Pratiques Professionnelles	TCC / Etude de Cas / ACA - I		

		Unité d'Enseignement (UE)	Eléments Constitutifs
2e SEMESTRE	1er Année	Langues Vivantes	Technique d'expression [français]
			Anglais
		Techniques Quantitatives de Gestion	Comptabilité Générale
		Outils Mathématiques de Gestion	Mathématiques financières - I
		Informatique	Statistiques
		Environnement Economique, Juridique et Social de l'Entreprise	Excel - I
			Géographie Economique
			Droit Commercial
		Commercialisation	Organisation des Entreprises
			Force de Vente
		Marketing Management	Marketing Stratégique
		Marketing Management	Marketing Opérationnel
		Communication	Technique de Communication
Etude de Marche	Etude de Marche		
Pratiques Professionnelles	TCC / Etude de Cas / ACA - 2		

		Unité d'Enseignement (UE)	Eléments Constitutifs
		3e SEMESTRE	2e Année
Anglais Commercial			
Techniques Quantitatives de Gestion	Compta Analytique		
Outils Mathématiques de Gestion	Mathématiques financières - 2		
	Statistiques		
Informatique	Excel - 2		
Environnement Economique, Juridique et Social de l'Entreprise	Géographie Economique		
	Droit Commercial		
	Economie Générale		
	Organisation des Entreprises		
Commercialisation	Force de Vente		
	Marketing Stratégique		
Marketing Management	Marketing Opérationnel		
Communication	Technique de Communication		
Etude de Marche	Etude de Marche		
Pratiques Professionnelles	TCC / Etude de Cas / ACA - 3		

		Unité d'Enseignement (UE)	Eléments Constitutifs
		4e SEMESTRE	2e Année
Anglais			
Techniques Quantitatives de Gestion	Compta Analytique		
	Compta Général		
Outils Mathématiques de Gestion	Mathématiques financières		
	Statistiques		
Informatique	Informatique		
Environnement Economique, Juridique et Social de l'Entreprise	Géographie Economique		
	Droit Général		
	Economie		
	Organisation des Entreprises		
Commercialisation	Force de Vente		
	Marketing Stratégique		
Marketing Management	Marketing Opérationnel		
Communication	Technique de Communication		
Etude de Marche	Etude de Marche		
Pratiques Professionnelles	TCC / Etude de Cas / ACA - 4		

5e SEMESTRE	3e Année	Unité d'Enseignement (UE)	Eléments Constitutifs (Matières du Tronc Commun)
		Langues Vivantes	Technique d'Expression Française
			Business English
		Environnement, Economique, Juridique et Social de l'Entreprise	Droit des Affaires
		Management / Psychologie & Organisation	Psycho - Sociologie des Organisations
			Leadership & Coaching
			Création d'Entreprise
			Organisation / Stratégie
		Techniques Quantitatives de Gestion	Comptabilité Analytique
Outils Mathématiques de Gestion	Mathématiques / Statistiques		
Qualité - Normalisation	Qualité - Normalisation		
Pratiques Professionnelles	TCC / Etude de Cas / ACA / Stage		

6e SEMESTRE	3e Année	Unité d'Enseignement (UE)	Eléments Constitutifs (Matières de Spécialisation)
		Politiques Commerciales	Développement Portefeuille Client (Prospection, Gestion Force de Vente & Fidélisation)
			Négociation & Action Commerciales
			Promotions des Ventes
			Urbanisme Commerciale / Merchandising / Grande Distribution
			Marketing International
		Evénementiels & Médias	Evénementiels & Relations Publiques
		Communication	Communication Interpersonnelle
			Communication Interactive (Prospection, E - Marketing, veille & Internet, etc.)
			Création Publicitaire & Plan Médias
		Négociation	Communication
			Négociation Internationale
Pratiques Professionnelles	TCC / Etude de Cas / ACA		