

Domaine

Droit, Économie, Gestion

Modalités de formation

Formation initiale

Formation continue

Lieu(x) de formation

Institut d'Administration des Entreprises

Contact

03 22 82 68 34, 03 22 82 68 38
scolarite-iae@u-picardie.fr

Candidature

[https://www.u-
picardie.fr/formation/candidater-s-
inscrire/](https://www.u-picardie.fr/formation/candidater-s-inscrire/)

Formation continue

Contact :
Carole Lenoble
03 22 82 68 14
carole.lenoble@u-picardie.fr

Demander une étude personnalisée de
financement : [https://www.u-
picardie.fr/sfcu/node/financement](https://www.u-picardie.fr/sfcu/node/financement)

En savoir plus sur la Formation
continue : <https://www.u-picardie.fr/sfcu/>

LICENCE ÉCONOMIE ET GESTION MARKETING - VENTE (L3)

Les plus de cette formation

Les objectifs de la licence Marketing-Vente sont de :

POURSUIVRE EN MASTER MARKETING VENTE

- Développer des connaissances transversales, théoriques, méthodologiques et opérationnelles en gestion
- Acquérir une pré-spécialisation en marketing-vente facilitant la maturation du projet professionnel

- Être sensibilisé à l'entrepreneuriat ainsi qu'à la recherche en gestion et sa pratique

ENTRER DANS LE MONDE DU TRAVAIL EN TANT QUE CADRE INTERMÉDIAIRE

- Obtenir un socle de connaissances solides dans les différents domaines de la gestion
- Être polyvalent et capable de communiquer avec les différentes fonctions d'une entreprise
- Acquérir des savoir-faire et savoir-être professionnels en marketing et vente
- Développer une pratique professionnelle éthique

Compétences

Les diplômés de la Licence Marketing-Vente acquièrent les compétences permettant d'occuper les fonctions de cadre intermédiaire dans ces domaines :

- Construire une stratégie marketing sur la base de l'étude des comportements du consommateur et de l'étude des marchés ;
- Construire et mettre en place des méthodologies d'étude quantitative et qualitative, en analyser les résultats et proposer des préconisations managériales et marketing ;
- Construire un plan de communication et mettre en place les opérations de communication ; concevoir des supports de promotion des produits ;
- Appréhender l'évolution digitale du marketing et du commerce ;
- Mener une négociation commerciale ; Assister les collaborateurs au niveau commercial
- Élaborer et suivre un budget marketing.

Conditions d'accès

Baccalauréat +2

Après la formation

Poursuite d'études

Les diplômés poursuivent dans la grande majorité des cas leurs études en master.

Débouchés professionnels

Ils peuvent aussi intégrer le marché du travail :

- Missions liées à la vente et à la distribution : agent commercial, chargé de clientèle bancaire, adjoint au responsable marketing, adjoint au dirigeant d'une PME ;
- Concours de la fonction publique accessibles avec le diplôme de licence

Secteurs d'activités (visés par la formation)

Agences, Enseignes de la grande distribution, Banques, PME et ETI, Service marketing ou commercial de grandes entreprises

Organisation

La formation se déroule sur deux semestres composés :

- de cours fondamentaux en management. Ils sont souvent communs avec ceux du parcours management
- de cours de spécialisation en marketing et en vente

Des diplômés proches des problématiques du terrain

Une pédagogie par l'action et des mises en situation professionnelle par des études de cas, challenges et concours

Volume horaire : 505 h au total, Crédits 60 ECTS

Période de formation

De septembre à juin Stage de 8 semaines

Contrôle des connaissances

Contrôle continu et examens terminaux.

Modalités de contrôle des connaissances voir sur la page web de l'IAE.

Responsable(s) pédagogique(s)

Caroline Riche
caroline.riche@u-picardie.fr

Références & certifications

Codes ROME :

- M : Support à l'entreprise

Codes FORMACODE :

-

Codes NSF :

-

Programme

	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS LICENCE 1 SEMESTRE 1					
UE1 ENSEIGNEMENTS FONDAMENTAUX EN ECONOMIE ET GESTION					15
- Analyse économique	48	30	18		5
- Comptabilité nationale	30	20	10		5
- Gestion d'entreprise	48	30	18		5
UE2 OUTILS FONDAMENTAUX EN ECONOMIE ET GESTION					6
- Mathématiques	30	18	12		3
- Statistiques	30	18	12		3
UE3 ENSEIGNEMENTS TRANSVERSESES					9
- Choix Langue					
- Anglais	20		20		3
- Espagnol	20		20		3
- Découverte BU	2		2		
- Fonctions de base des tableurs 1	12		12		3
- Technique de travail	12		12		3

	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS LICENCE 1 SEMESTRE 2					
UE4 ENSEIGNEMENTS FONDAMENTAUX EN ECONOMIE ET GESTION					15
- Analyse économique 2	42	24	18		5
- Comptabilité générale	30	20	10		5
- Gestion d'entreprise 2	42	24	18		5
UE5 OUTILS FONDAMENTAUX EN ECONOMIE ET GESTION					6
- Mathématiques	30	18	12		3
- Statistiques	30	18	12		3
UE6 ENSEIGNEMENTS TRANSVERSESES					9
- Anglais économique	20		20		3
- Choix Enseignement Transverse					

	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
- Engagement ou valorisation des compétences					3
- Fonctions de base des tableurs 2	12		12		3
- Histoire des faits économiques du XXeme siècle	30	30			3

	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS LICENCE 2 SEMESTRE 3					
UE1 ENSEIGNEMENTS FONDAMENTAUX EN ECONOMIE ET GESTION					15
- Comptabilité de gestion	36	24	12		4
- Macroéconomie	42	24	18		4
- Théories des organisations	24	24			3
- Théories économiques	24	24			4
UE2 OUTILS FONDAMENTAUX EN ECONOMIE ET GESTION					6
- Mathématiques	24	12	12		3
- Statistiques	24	12	12		3
UE3 ENSEIGNEMENTS TRANSVERSES					6
- Choix Enseignements Transverses					
- Histoire des faits économiques du XIXeme siècle	18	18			2
- Histoire des idées politiques	18	18			2
- Finances publiques	18	18			2
- Institutions de l'Union Européenne	18	18			2
UE4 OUTILS TRANSVERSES					3
- Choix Langue					
- Anglais économique	20		20		
- Espagnol	20		20		
- Fonctions avancées des tableurs	12		12		
- Projet Voltaire en guise de projet professionnel					

	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS LICENCE 2 SEMESTRE 4					
UE5 ENSEIGNEMENT FONDAMENTAUX EN ECONOMIE ET GESTION					15
- Analyse financière	42	24	18		3
- Comptabilité analytique	42	24	18		3
- Histoire de la pensée économique	36	24	12		3
- Institutions et instruments financiers	24	24			3
- Microéconomie	42	24	18		3
UE6 OUTILS FONDAMENTAUX EN ECONOMIE ET GESTION					6
- Mathématiques	30	18	12		3
- Statistiques	24	12	12		3
UE7 ENSEIGNEMENTS OPTIONNELS					6
- Analyse de l'actualité économique	24	24			3
- Gestion des ressources humaines	24	24			3
- Marketing	24	24			3
- Sociologie économique	24	24			3
UE8 OUTILS ET ENSEIGNEMENTS TRANSVERSES					3

	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
- Anglais économique	20		20		
- Choix Outils et Enseignement Transverse					
- Engagement ou valorisation des compétences					
- Fonctions avancées des tableurs	12		12		

	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS LICENCE 3 SEMESTRE 5					
UE1 PREPARATION A L'INSERTION PROFESSIONNELLE	35	12	23		3
- Anglais du Management	20		20		
- Sensibilisation au monde professionnel	15	12	3		
UE10 METHODE D'ETUDES QUALITATIVES	24	16	8		3
UE2 ENVIRONNEMENT INFORMATIQUE ET NUMERIQUE	30		30		3
UE3 STATISTIQUES APPLIQUEES	42	27	15		3
UE4 ENVIRONNEMENT JURIDIQUE	24	16	8		3
UE5 MARKETING FONDAMENTAL	24	16	8		3
UE6 STRATEGIE ET STRUCTURE D'ENTREPRISE	24	16	8		3
UE7 GESTION COMPTABLE ET FINANCIERE	30	20	10		3
UE8 CONDUITE DE PROJET MARKETING	24	16	8		3
UE9 MARKETING POINT DE VENTE CONNECTE	30	20	10		3

	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS LICENCE 3 SEMESTRE 6					
UE1 ANGLAIS DU MANAGEMENT ET PASSEPORT ANGLAIS	30		30		3
UE2 SENSIBILISATION ACTUALITE ET A LA RECHERCHE SCIENCES GE	30	30			3
- Actualités économiques et sociales	12	12			
- Sensibilisation à la recherche en sciences de gestion	18	18			
UE3 THEORIE DES ORGANISATIONS	24	16	8		3
UE4 COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR	24	16	8		3
UE5 COMMUNICATION OPERATIONNELLE	24	16	8		3
UE6 MARKTING DE L'INNOVATION	24	16	8		3
UE7 METHODES D'ETUDE QUANTITATIVES	24	16	8		3
UE8 NEGOCIATION ET VENTE	24	16	8		3
UE9 CYCLE DE CONFERENCES ET RAPPORT DE STAGE	14	14			6