

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 23490**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible (La certification existe désormais sous une autre forme (voir cadre "pour plus d'information"))

Licence Professionnelle : Licence Professionnelle Commerce, spécialité Marketing et Réseaux de Communication (MRC)

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Aix-Marseille Université	Rectorat de l'Académie d'Aix Marseille, Président de l'Université d'Aix Marseille

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312m Commerce, vente

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Ce professionnel peut s'insérer dans un très grand nombre de petites et grandes entreprises où il occupe des fonctions liées à l'e-commerce, l'e-marketing (B2B, B2C), l'e-communication, intégrant systématiquement une vision commerciale stratégique en amont et une mesure de l'efficacité commerciale (ROI) en aval.

Dans ce cadre, il assure :

- la conception, la mise en œuvre et le suivi de projets Web, de Search marketing, de référencement (Search Engine Marketing-Search Engine Optimization)
- la conception, la mise en œuvre et le suivi d'actions d'e-communication et display,
- la conception et la gestion de sites web,
- la conception, la mise en œuvre et le suivi d'opérations d'e-mailing,
- le management des réseaux/médias sociaux de l'entreprise et la gestion de l'e-réputation,
- la gestion des relations clients et leur fidélisation (e-CRM)
- la réalisation de veilles économiques, commerciales et concurrentielles (benchmark...)
- la gestion des réseaux de distribution dans une approche multicanal

Ce diplômé est capable d'analyser les contextes de l'entreprise (socio-économique, technologique, juridique, concurrentiel...) puis de réaliser et gérer une large palette de projets web (voir ci-dessous), en ayant en permanence le souci de l'adéquation avec la stratégie de l'entreprise et de l'efficacité commerciales de leurs actions (retour sur investissement ROI).

Grace à sa formation pluridisciplinaire (commerciale, communication, marketing, et Web) ce diplômé est capable de :

- Monter des opérations d'E-commerce et d'E-marketing (B2B, B2C) efficaces (ROI) en lien avec la stratégie commerciale,
- Concevoir et gérer des projets Web d'entreprises et/ou de marques,
- Utiliser Internet, le mobile et leurs multiples leviers dans une logique d'efficacité et de rentabilité commerciales : Marketing comportemental, Trading media, Search marketing (avec passage de la Certification Google Adwords, GAC), référencement SEO, affiliation, e-pub et display, sites, e-mailing, marketing mobile, réseaux sociaux, Real Time Bidding RTB ...
- Gérer la relation et la fidélisation client, en lien avec le web (CRM et e-CRM)
- Concevoir et utiliser des bases et méga-bases de données clients, fournisseurs, produits,
- Réaliser des veilles économiques, commerciales, concurrentielles (SIM, benchmarking...)
- Développer des réseaux de distribution dans une approche multicanal (de la gestion des Systèmes d'Information jusqu'à la vente ; e-distribution et e-logistique)...

... dans le but de concevoir et gérer, d'une part, des stratégies commerciales efficaces et performantes et, d'autre part, des outils utilisant le Web et ses leviers de manière rentable

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Les secteurs d'activités sont larges puisque les diplômés peuvent intégrer :

- Une large palette d'organisations et d'entreprises comme les PME-PMI qui développent des projets Web et tous les annonceurs ;
 - Les entreprises spécialisés en totalité ou en partie dans le e-commerce « les pure players » « les click and mortar »,
 - les spécialistes de la publicité on-line ou du e-marketing :
 - les agences interactives, groupe de communication et agences média, les régies publicitaires, les agences de référencement,
 - les plateformes : affiliation, Supply Slide Platform SSP, Demand Side Platforms DSP
 - Les Ad Exchanges
 - les emailers...
 - Les plateformes réseaux sociaux et les sites éditoriaux
 - Les éditeurs et Régies
- 1) Dans le secteur Marketing et de la communication externe des entreprises (organisations) :
- Responsable Search SEM et SEA ; référencement SEO et SMO ; Responsable e-commerce ; Community manager ; Responsable affiliation ;

E-reputation manager ; Responsable acquisition ; Responsable mobile ; Développeur et Intégrateur (si l'étudiant a déjà une formation technique)

- assistant marketing ou responsable d'opérations e-marketing et marketing digital
- chef de produits en ligne ou assistant (orienté ou non e-commerce)
- chef de publicité en ligne, vendeur d'espace internet
- responsable partenariat,
- chargé de veille économique et commerciale,
- responsable base de données clients ou produits.

2) E-commerce sur l'Internet : chef de projet e-business, webmaster ou animateurs de sites Web

3) Relation client et/ou de la stratégie de la marque : responsable relation client via le net, commercial en solution e-CRM, social media manager

4) Métiers de commercial dans le secteur des technologies de l'information et de la communication

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1101 : Animation de site multimédia

E1103 : Communication

M1704 : Management relation clientèle

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

La formation dispense 500 h de formation, ce qui permet d'acquérir 60 crédits européens (ECTS), répartis en six unités d'enseignements (UE) :

UE 1 Environnement et Management (4 ECTS) :

M1 gestion de projets 24 h ; M2 Droit et TIC : 24h ;

UE 2 Entreprise et Communication (5 ECTS) :

M3 Stratégies 21h ; M4 NTIC et entreprise 12h ; M5 Langue anglaise appliquée 30h

UE 3 Nouvelles tendances du marketing (9 ECTS) :

M6 E-communication et e-publicité (cours) 27h ; 7 E-communication (études de cas) 18h ; M8 e-logistique et e-distribution 21 h ; M9 marketing des services 21 h ; M10 Veille économique et commerciale 18h

UE 4 E-marketing et TIC (7 ECTS) :

M11 Réseaux sociaux et SEO 18h ; M12 e-CRM 21h ; M13 Search marketing (certif. Google Ad GAC) 24h ; M14 e-newsletter/e-mailing 12h ;

M15 Leviers de l'e-marketing : cas pratiques 12h

UE 5 Techniques multimédias et de réseaux (5 ECTS) :

M16 Développement Web 48h ; M17 Modélisation et base de données 24h ; M18 Outils informatiques 11h ; M19 Conférences

professionnelles : Marketing mobile

UE6 Stage et projet tutoré (30 ECTS).

Les étudiants sont également préparés pour obtenir la Certification Google Advertising (GAC) et participent tous les ans au Google Challenge (challenge mondial organisé par Google)

Organisation du calendrier : De septembre à Février inclus : période de formation à l'IUT puis mars à juin inclus (stage court) ou aout inclus (stage long)

L'examen des connaissances est sous forme de contrôle continu (sur table, présentation de projets...) et d'examen terminal (écrits et oraux).

Obtention de la Licence professionnelle

Extrait de l'arrêté du 17 novembre 1999 relatif à la licence professionnelle

Art.10 - La licence professionnelle est décernée aux étudiants qui ont obtenu à la fois une moyenne générale égale ou supérieure à 10 sur 20 à l'ensemble des unités d'enseignement, y compris le projet tuteuré et le stage, et une moyenne égale ou supérieure à 10 sur 20 à l'ensemble constitué du projet tuteuré et du stage. .

Lorsque la licence professionnelle n'a pas été obtenue, les unités d'enseignements dans lesquelles la moyenne de 10 a été obtenue sont capitalisables.

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Jury composé de 50 % d'enseignants et 50 % de professionnels
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	Jury composé de 50 % d'enseignants et 50 % de professionnels
En contrat de professionnalisation	X	
Par candidature individuelle	X	Jury composé de 50 % d'enseignants et 50 % de professionnels

Par expérience dispositif VAE	X	jury composé d'enseignants et de professionnels conformément aux textes
-------------------------------	---	---

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX
------------------------------------	-------------------------------------

Base légale

Référence du décret général :

Arrêté du 17/11/1999 publié au JO du 24/11/1999 et au BO n° 44 du 9/12/1999

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté d'habilitation du diplôme n° 20044490 en date du 5 juin 2012

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Code de l'éducation : article L 613-3

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Statistiques sur les entrants en formation

(le taux de réussite au diplôme : 99 % ces cinq dernières années)

2011-2012 : 13 femmes -11 hommes

2012-2013: 12 femmes -12 hommes

2013.-2014 : 14 Femmes - 10 Hommes

Autres sources d'information :

<http://iut.univ-amu.fr/diplomes/licence-professionnelle-marketing-reseaux-communication-mrc>

<http://www.univ-amu.fr/>,

Lieu(x) de certification :

Aix-Marseille Université : Provence-Alpes-Côte d'Azur - Bouches-du-Rhône (13) [MARSEILLE]

Marseille

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

AMU- IUT d'Aix Marseille (site d'Aix en Provence) 413 Avenue Gaston Berger Aix en Provence

Historique de la certification :