

<http://www.univ-fcomte.fr>

IUT de Besançon-Vesoul

France

<http://iut-bv.univ-fcomte.fr>

Points ECTS : 0

Niveau de diplôme validé à la sortie :
Bac+3

Durée de la formation :

Volume horaire global : 550

Forme de l'enseignement : En présentiel

Formation : Initiale, Continue, En alternance (Contrat pro)

INFORMATIONS

Maison des étudiants
36A avenue de l'Observatoire
25030 Besançon cedex

■ formation initiale

Orientation stage emploi
tél. 03 81 66 50 65
ose@univ-fcomte.fr

■ formation continue

tél. 03 81 66 61 21
form-cont@univ-fcomte.fr

Licence professionnelle Métiers du marketing opérationnel

Dénomination officielle : Licence professionnelle Métiers du marketing opérationnel

Domaine de formation : Droit, économie, gestion

■ Compétences

1. Stratégie de l'entreprise :
 - Comprendre le fonctionnement de l'entreprise, et ses relations avec son environnement
 - Situer la place du service marketing et/ou communication vis-à-vis des autres services
 - Connaître le cadre juridique des actions de marketing et de communication
 - Construire son projet d'insertion professionnelle
2. Études, enquêtes, veille :
 - Identifier les besoins d'information stratégique de l'entreprise
 - Organiser le recueil d'information ; analyser les données et les interpréter
 - Mettre en place un système de veille stratégique
3. Marketing :
 - Réaliser, ou faire réaliser, des études du marché existant ou potentiel, analyser la concurrence
 - Analyser les potentiels des différents modes de commercialisation et recommander des choix
 - Participer à la définition de la stratégie marketing
 - Définir et structurer l'offre de l'entreprise, notamment les gammes de produits, y compris en B2B
 - Mettre en oeuvre les actions promotionnelles
4. Stratégie et actions de communication :
 - Contribuer à la définition de la stratégie de communication de l'entreprise
 - Gérer les relations avec les medias et les prestataires
 - Assurer, ou suivre, la réalisation des outils et actions de communication
 - Créer et développer l'image de l'entreprise, notamment sur le web et les supports numériques
 - Connaître les règles juridiques qui régissent la communication
5. Gestion et évaluation des actions :
 - Apprécier la qualité graphique et rédactionnelle de tout document
 - Établir des prévisions et mettre en place des tableaux de bord
 - Gérer le budget marketing et communication
6. Compétences transversales :
 - Anglais de spécialité (certification TOEIC)
 - Informatique (Conception de sites Web, Bases de données)
7. Compétences comportementales :
Leadership et esprit d'entreprise, capacités d'analyse et de synthèse, bonne communication orale et écrite, créativité et sens de l'innovation, rigueur et organisation, sens relationnel, travail et animation d'équipe, gestion de projet.

■ Métiers

- Chef de projet marketing (avec diverses appellations selon la taille et la structure de l'entreprise)- Chef de produit junior ou chef de projet ou chef de marché selon l'organisation de la fonction marketing- Chargé d'études marketing- Chargé de mission marketing- Chef de projet CRM (Customer Relationship Management, soit « gestion de la relation client)- Community manager (animateur de communauté virtuelle) - Social medias manager (gestionnaire des médias sociaux)- Chargé de communication- Chef de projet communication- Chargé de veille

Parcours Chef de projet Marketing et Communication

Forme de l'enseignement : En présentiel

Formation : Initiale, Continue, En alternance (Contrat pro)

■ Compétences

1. Stratégie de l'entreprise :

- Comprendre le fonctionnement de l'entreprise, et ses relations avec son environnement
- Situer la place du service marketing et/ou communication vis-à-vis des autres services
- Connaître le cadre juridique des actions de marketing et de communication
- Construire son projet d'insertion professionnelle

2. Études, enquêtes, veille :

- Identifier les besoins d'information stratégique de l'entreprise
- Organiser le recueil d'information ; analyser les données et les interpréter
- Mettre en place un système de veille stratégique

3. Marketing :

- Réaliser, ou faire réaliser, des études du marché existant ou potentiel, analyser la concurrence
- Analyser les potentiels des différents modes de commercialisation et recommander des choix
- Participer à la définition de la stratégie marketing
- Définir et structurer l'offre de l'entreprise, notamment les gammes de produits, y compris en B2B
- Mettre en oeuvre les actions promotionnelles

4. Stratégie et actions de communication :

- Contribuer à la définition de la stratégie de communication de l'entreprise
- Gérer les relations avec les medias et les prestataires
- Assurer, ou suivre, la réalisation des outils et actions de communication
- Créer et développer l'image de l'entreprise, notamment sur le web et les supports numériques
- Connaître les règles juridiques qui régissent la communication

5. Gestion et évaluation des actions :

- Apprécier la qualité graphique et rédactionnelle de tout document
- Établir des prévisions et mettre en place des tableaux de bord
- Gérer le budget marketing et communication

6. Compétences transversales :

- Anglais de spécialité (certification TOEIC)
- Informatique (Conception de sites Web, Bases de données)

7. Compétences comportementales :

Leadership et esprit d'entreprise, capacités d'analyse et de synthèse, bonne communication orale et écrite, créativité et sens de l'innovation, rigueur et organisation, sens relationnel, travail et animation d'équipe, gestion de projet.

■ Métiers

- Chef de projet marketing (avec diverses appellations selon la taille et la structure de l'entreprise)- Chef de produit junior ou chef de projet ou chef de marché selon l'organisation de la fonction marketing- Chargé d'études marketing- Chargé de mission marketing- Chef de projet CRM (Customer Relationship Management, soit « gestion de la relation client)- Community manager (animateur de communauté virtuelle) - Social medias manager (gestionnaire des médias sociaux)- Chargé de communication- Chef de projet communication- Chargé de veille

Semestre 05

	Type	ECTS	h CM	h TD	h TP
UE1 : Stratégie de l'entreprise et gestion de projet	Obligatoire	6		94	
EC11 Stratégie de l'entreprise et jeu d'entreprise	Obligatoire	1		34	
EC12 Droit de la communication et propriété intellectuelle	Obligatoire	1		10	
EC13 Actualité géopolitique	Obligatoire	1		12	
EC14 Gestion de projet	Obligatoire	3		38	
UE2 : Etudes, enquêtes, veille	Obligatoire	6		46	
Etudes et enquêtes	Obligatoire	3		26	
Intelligence économique et veille	Obligatoire	3		20	
UE3 : Marketing	Obligatoire	6		58	
EC31 Marketing stratégique	Obligatoire	3		24	
EC32 Marketing opérationnel	Obligatoire	3		34	
UE4 : Stratégie et actions de communication	Obligatoire	6		90	
EC41 Stratégie de communication	Obligatoire	1		24	
EC42 Communication digitale	Obligatoire	1		20	
EC43 Communication interne	Obligatoire	1		14	
EC44 Communication de crise	Obligatoire	1		8	
EC45 Relations presse	Obligatoire	1		12	
EC46 Organisation d'évènements	Obligatoire	1		12	
UE5 : Gestion et évaluation des actions	Obligatoire	6		54	
EC 51 Qualité éditoriale	Obligatoire	2		14	
EC52 Qualité graphique	Obligatoire	2		20	
EC53 Outils de gestion	Obligatoire	2		20	

Semestre 06

	Type	ECTS	h CM	h TD	h TP
UE6 : Outils transversaux	Obligatoire	6		72	
EC61 Anglais des affaires	Obligatoire	3		40	
EC62 Conception de site web et bases de données	Obligatoire	3		32	
UE7 : Projet tutoré	Obligatoire	6		130	
UE8 : Stage	Obligatoire	18			