

**REFERENTIEL D ACTIVITES SPECIFIQUE AUX METIERS VISES  
PAR LA LICENCE PROFESSIONNELLE COMMERCE MARKETING ET COMMUNICATION**

DOMAINE D ACTIVITES - METIERS	ACTIVITES	COMPETENCES
<p><b>Activités liées à la commercialisation et à la gestion des produits</b>  Responsable commercial  Responsable commercial international  Responsable de la stratégie commerciale  Responsable du développement commercial  Chef de produit (Internet, à l'international,...)  Assistant chef de produit  Chef de marché  Assistant chef de marché</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborer la stratégie commerciale de l'entreprise et définir les plans d'actions annuels (promotion des produits, marchés à investir, ...)</li> <li>• Elaborer et gérer les budgets</li> <li>• Organiser la force commerciale de l'entreprise (déploiement du réseau, formations commerciales, ...)</li> <li>• Mener les actions de gestion de ressources humaines (recrutement, formation, ...)</li> <li>• Concevoir le circuit de l'information du service commercial (réunions, notes, directives, ...) et échanger des informations avec les commerciaux</li> <li>• Coordonner l'activité des commerciaux et leur apporter un appui technique</li> <li>• Suivre et analyser les données d'activité du service ou de la structure et proposer des axes d'évolution</li> <li>• Réaliser le suivi des clients grands comptes de la structure et analyser le potentiel de clients/prospects</li> <li>• Réaliser la veille concurrentielle des produits (marché, prix, nouvelles tendances, ...)</li> <li>• Analyser le marché des produits, les besoins des consommateurs et de la concurrence</li> <li>• Définir les caractéristiques de nouveaux produits, l'adaptation de produits existants</li> <li>• Etablir les modalités de fabrication des produits selon les impératifs de production</li> <li>• Consulter et sélectionner les fournisseurs, les sous-traitants, les prestataires</li> <li>• Réaliser le plan marketing du produit ou de la gamme après élaboration du cahier des charges technique</li> <li>• Analyser les parts de marché, ventes, marges bénéficiaires du produit ou de la gamme et proposer des ajustements (opérations de promotion, alignement sur la concurrence, ...)</li> <li>• Concevoir le plan média de mise sur le marché du produit ou de la gamme et les supports de promotion (fiche technique, argumentaire de vente, catalogue, ...)</li> <li>• Apporter un appui technique au réseau commercial sur le produit ou la gamme (caractéristiques techniques, innovation, ...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisation d'outils de planification</li> <li>• Droit commercial</li> <li>• Gestion comptable et administrative</li> <li>• Conduite de projet</li> <li>• Techniques d'animation d'équipe</li> <li>• Techniques de communication</li> <li>• Techniques de conduite de réunion</li> <li>• Techniques de management</li> <li>• Techniques de marketing</li> <li>• Gestion budgétaire</li> <li>• Techniques commerciales</li> <li>• Analyse statistique</li> <li>• Utilisation d'outils bureautiques (traitement de texte, tableur,...)</li> <li>• Organisation de la chaîne logistique</li> <li>• Circuits de distribution commerciale</li> <li>• Techniques de vente</li> <li>• Typologie des clients/consommateurs</li> </ul>

**Activités liées au Marketing et à la Communication**

Responsable Marketing et communication

Responsable marketing

Responsable marketing Internet

Chargée de projet marketing

Responsable de communication en entreprise

- Elaborer la stratégie marketing de l'entreprise selon l'étude de marché
- Elaborer le plan marketing et contrôler le déploiement des opérations
- Elaborer et suivre les éléments du budget marketing pour l'ensemble des produits de l'entreprise
- Concevoir la campagne promotionnelle des produits et la mettre en œuvre
- Concevoir les supports de promotion des produits et en vérifier l'application
- Réaliser le bilan des actions marketing et proposer des axes d'évolution
- Apporter un appui technique aux commerciaux lors des plans d'actions commerciales
- Mener les actions de gestion de ressources humaines (recrutement, formation, ...)
- Préparer les contenus de la communication (recueil, évaluation, sélection, rédaction, ...)
- Réaliser les produits et supports de communication écrits, visuels, audiovisuels
- Mettre en œuvre les actions de relation publique, de diffusion et de promotion de l'information
- Planifier la réalisation matérielle et logistique des actions, produits et supports de communication (diffusion, exposition, distribution, ...)
- Vérifier la conformité et la qualité de l'information diffusée
- Conseiller et apporter un appui technique aux services internes dans leurs actions de communication
- Développer un réseau de partenaires et suivre les informations sectorielles, réglementaires, techniques et celles des médias

- Utilisation d'outils de planification
- Utilisation d'outils bureautiques (traitement de texte, tableur,...)
- Droit commercial
- Gestion comptable et administrative
- Conduite de projet
- Circuits de distribution commerciale
- Techniques de conduite de réunion
- Techniques de management
- Techniques de merchandising
- Techniques de planification
- Typologie des clients/consommateurs
- Analyse statistique
- Droit de l'information
- Spécificités des médias
- Normes rédactionnelles
- Réseaux stratégiques d'information
- Techniques de communication