

Art, Lettres, Langues Mention LEA, Spécialité Langues et commerce électronique

RNCP17117 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	312t, 320m, 136d
Code(s) ROME	M1704, M1705, M1707, E1103, E1106
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/10/2019

Certificateur(s)

Ministère chargé de l'enseignement supérieur

Université de Franche-Comté - Besançon

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

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le(La) diplômé(e) du Master LEA Langues et Commerce électronique peut prendre en charge trois catégories d'activités : la communication pour le web, le commerce en ligne et le développement multimédia d'un site web de e-commerce.

Dans le domaine de la communication, le (la) diplômé(e)

Traduit et localise des sites web de vente en ligne.

Optimise le référencement sur les moteurs de recherche de ces sites de vente.

Conduit des campagnes e-marketing interculturelles pour les sites de vente.

Rédige des contenus éditoriaux pour le web.

Lance des campagnes de veille concurrentielle en ligne.

Dans le domaine du webmarketing, il(elle)

Gère l'exploitation au quotidien de la plate-forme de vente multilingue, définit la charte graphique pour une meilleure animation du site.

Prend en charge l'ensemble du portefeuille-clients et participe au développement de la clientèle internationale pour des prestations de référencement, maillage stratégique, analyse d'audience et de performance.

Anime les enchères dans les appels d'offre auprès des fournisseurs nationaux et étrangers, recherche sur la toile de nouveaux fournisseurs.

Définit une stratégie e-business appuyée sur la veille concurrentielle : contrôle des prix de la concurrence, définition d'une stratégie pour la compétitivité, identifie les nouveaux besoins.

Lance une stratégie SEO et gère l'optimisation du référencement et le suivi des visites sur le site web. Social media marketing, marketing sur les réseaux sociaux, optimisation de sites marchands, diagnostic de présence en ligne, gestion de la e-réputation, analyse de la page Facebook, campagnes SEM et SEO.

Recherche et négocie des contrats avec les sites internationaux les plus pertinents pour apporter une audience qualifiée aux produits de l'entreprise, offre une assistance aux directions associées : marketing opérationnel, suivi des ventes, des projets, des échanges clients, etc. Gère des campagnes de promotion sur les réseaux sociaux :

community management.

Etudie les internautes-clients et définit une stratégie marketing efficace (campagnes promotionnelles, benchmarking, mailing, etc.), programme et optimise le logiciel interne de gestion publicitaire multilingue, coordonne les relations techniques avec les responsables des sites en régie et avec les agences média d'achats publicitaires.

Renouvelle les formats publicitaires et assure la vente des espaces publicitaires du site.

Dans le domaine du multimédia et du web design, il(elle)

Maîtrise les langages HTML, Action Script III, Photoshop.

Elabore des maquettes graphiques, améliore la visibilité et crée des images.

Assure la maintenance du site : sauvegarde les données, actualise les systèmes de protection, Garantit le respect du droit (des utilisateurs, des auteurs...) Création et pilotage de campagnes publicitaires sur Google Adwords, Facebook, LinkedIn, Youtube. Campagnes e-mailing, blogging, réseaux sociaux.

Crée des sites pour les clients internationaux : définit leurs besoins, vérifie la faisabilité commerciale, coordonne l'équipe depuis les créatifs jusqu'aux programmeurs. Analyse de facteurs bloquants à l'indexation, conseil et optimisation onsite pour le référencement naturel.

Optimise l'interface entre l'homme et la machine, conçoit une organisation de site lisible et instinctive : il (elle) définit l'architecture de l'information multilingue, les principes de navigation, de structuration des pages à partir de ses tests utilisateurs

Coordonne, en collaboration avec un producteur, l'équipe de production composée d'infographistes, d'intégrateurs, de programmeurs, de scénaristes, d'animateurs 2D et 3D pour la production et le développement de produits et services multimédia

Conçoit l'interface des produits et en crée le graphisme en fonction des spécificités du produit puis l'intègre dans la maquette sous Photoshop.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le (la) diplômé(e) est capable de

- traduire des documents très spécialisés dans les domaines du commerce international, de la gestion d'entreprise, de la communication d'entreprise ou du marketing international, de l'animation commerciale pour les sites de vente par correspondance en ligne.
- mobiliser les mécanismes juridiques (subventions, code du travail, types de sociétés) afin de créer une entreprise dans les différentes zones linguistiques étudiées.
- rédiger pour une publication sur la toile des textes traduits et optimiser des contenus afin d'optimiser le référencement du site sur les moteurs de recherche, effectuer le suivi des statistiques Analytics pour des entreprises d'édition sur le web, l'analyse sémantique et le choix de requêtes stratégiques, Réaliser des prestations de référencement naturel et payant : audit technique (indexation, crawl, freins au référencement), audit sémantique, analyse backlinks, rapports de positionnement, recommandations ROI (return on investment), analyser des statistiques de mesure d'audience (ROI).
- utiliser les outils de la publication en ligne (HTML, Java), iOS, Android et Mobile Web applications pour e-marchands, utiliser les logiciels de traitement de l'image, les filtres, les scripts, optimiser un contenu visuel.
- créer des sites dynamiques avec XML en utilisant des logiciels d'animation vectorielles d'images (Flash), la programmation en ActionScript3 : programmation orientée objet.
- mettre en œuvre les techniques de l'infographie : plans de communication d'entreprises, supports et charte graphique, création de logos.
- encadrer la vente en ligne et gérer la relation client, l'achat et la vente en ligne, le marketing direct, le ciblage, la fidélisation, l'optimisation du référencement sur les moteurs de recherche.
- mettre en place des stratégies d'analyse de performance des sites web marchands (benchmarking) en multilingue, effectuer une veille stratégique référencement, analyse sémantique, stratégies de maillage externe et interne.
- maîtriser le droit des TIC : droit d'auteur, contrats, protection des données, protection des mineurs, signature électronique
- gérer les systèmes de paiement sécurisé en ligne, mettre en place une stratégie de veille en ligne, maîtrise les principes de l'intelligence économique.
- coordonner un projet au sein d'une équipe, manage l'équipe, étudier le cycle de vie d'un produit, planifier par l'étude des indicateurs d'avancement, gérer les risques et les opportunités, analyse fonctionnelle du site web : segmentation, filtre)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le(La) diplômé(e) en Master LEA Langues et commerce électronique exerce son activité professionnelle dans les services liés à la vente en ligne, au commerce international, au conseil et audits stratégiques mais également dans les secteurs de la conception, de la création, de l'optimisation et de la mise à jour de supports de communication commerciale (en ligne ou hors ligne). Il(Elle) intervient dans la conduite de projets et peut être amené à diriger des équipes pluridisciplinaires et des services de relation clientèle ou marketing.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable Commerciale et E-Marketing, Responsable Marketing , Formateur & conseiller clients, e-mailing, Chargée d'études marketing B2B, Développeur front-end freelance , Expert technique SEO, Analyste SEO, SEO Manager, Publisher Account Manager, Digital marketing executive, Product Manager, Project manager e-Commerce, Responsable de stratégie mobile, Chef de projet mobile, Développeur de solutions mobiles, responsable de marketing mobile, Webmarketeur, Responsable e-marketing, Digital brand manager, Social media manager, Community manager, Chargé de clientèle en ligne, Responsable e-commerce, Chargé de e-business, consultant / commercial e-commerce, E-category manager, responsable e-category en ligne, Chef de projet e-CRM, Chef de projet e-marketing e-CRM, Chef de projet marketing relationnel, Consultant e-business, Responsable partenariat en ligne, Prospect researcher, Chargé de veille, Chargé de communication on-line, Chargé de communication Web, Responsable de communication en ligne, Responsable éditorial en ligne, Chef de projet éditorial web, Journaliste on-line, Journaliste en ligne, Journaliste web, Community manager, animateur de réseaux sociaux, Consultant e-réputation, E-réputation-manager, Webdesigner, Graphiste internet, Ergonome 2D, Scénariste web média.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 941 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	17 805
Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n°84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'Enseignement supérieur)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

idem

COMPOSITION DU JURY — CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Possible pour partie du diplôme par VES ou VAP

COMPOSITION DU JURY — VAE

Enseignants-chercheurs, enseignants et professionnels

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/10/2019

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Site de l'UFR Sciences, Techniques et Gestion de l'Industrie (STGI) : <http://stgi.univ-fcomte.fr/>
Université de Franche-Comté

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/17117/>