

Management des organisations Spécialité Assistant marketing et communication des Petites et Moyennes Entreprises

RNCP18174 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	Licence Professionnelle — Licence professionnelle
Code(s) NSF	320n, 312n, 310m
Code(s) ROME	E1103, M1705, M1703, D1401, M1403
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

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 titulaire de cette licence sera amené à jouer un rôle pivot dans une PME, grâce à sa polyvalence sur les fonctions marketing, communication et information : il sera capable de participer à la définition de la stratégie marketing, de mener les études marketing nécessaires, puis de définir et de gérer les actions de marketing et de communication, tout en veillant à l'image et à la réputation de l'entreprise.

1. Compétences relatives à l'information - Le titulaire du diplôme

Identifie les besoins d'information stratégique de l'entreprise ;

Organise le recueil d'informations, qu'elles soient qualitatives ou quantitatives, formelles ou informelles ;

Analyse ces données et les interprète ;

Établit des rapports d'étude comportant des préconisations ;

Établit des prévisions et met en place des tableaux de bord permettant le suivi des actions marketing.

2. Compétences marketing - Le titulaire du diplôme

Analyse la concurrence et les potentiels des différents modes de commercialisation ;

Participe à la stratégie marketing pour l'ensemble des produits de la société en étroite collaboration avec la direction commerciale et la direction générale ;

Met en œuvre le plan de marchéage (Produit, Prix, Communication, Distribution),

Assure le suivi et le développement des gammes de produits ainsi que des actions promotionnelles,

Gère un budget marketing.

3. Compétences en communication - Le titulaire du diplôme

Gère un projet (préparation, action, évaluation, réaction) ;

Contribue à la définition de la stratégie de communication de l'entreprise ;

Assure les relations avec les medias et les prestataires extérieurs ;

Assure ou suit la réalisation des outils de communication internes et externes de l'entreprise sur tous supports (papier, numérique...)

Organise des événements ;

Évalue les résultats de la communication de l'entreprise ;
Communique à l'écrit et à l'oral en anglais.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire du diplôme est capable de :

1. Stratégie de l'entreprise
 - Comprendre le fonctionnement de l'entreprise (approche systémique, stratégie de financement, présentation d'un progiciel de gestion intégré (ERP), management par projet, protection de la propriété industrielle, atelier d'insertion professionnelle, jeu de simulation d'entreprise) ;
2. Études, enquêtes, veille
 - Identifier les besoins d'information stratégique de l'entreprise ;
 - Organiser le recueil d'information ;
 - Analyser les données et les interpréter.
3. Marketing
 - Analyser la concurrence
 - Analyser les potentiels des différents modes de commercialisation ;
 - Assurer le suivi et le développement des gammes de produits et des actions promotionnelles ;
 - Mettre en œuvre le plan de marchéage.
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 de communication.
5. Gestion et évaluation des actions
 - Maîtriser la qualité graphique et rédactionnelle ;
 - Établir des prévisions et mettre en place des tableaux de bord ;
 - Gérer le budget marketing et communication ;
6. Compétences transversales
 - Anglais de spécialité (préparation au TOEIC) ;
 - Deuxième langue (allemand ou espagnol) ;
 - Informatique (Conception de sites Web, Bases de données, préparation au C2I)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

- Petites et Moyennes Entreprises (PME) du secteur industriel ;
- PME du secteur tertiaire, notamment dans la distribution ;
- Des emplois sont également envisageables dans des grandes entreprises, des collectivités territoriales, des associations...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Assistant marketing (avec diverses appellations selon la taille et la structure de l'entreprise) :
 - o Assistant direction commerciale ;
 - o Assistant chef de produit ou chef de projet ou chef de marché selon l'organisation de la fonction marketing ;
 - o Assistant chargé d'études ou chargé de mission marketing.
- Assistant marketing CRM (Customer Relationship Management, soit « gestion de la relation client) ;
- Chargé de veille ;
- Responsable communication ;
- Attaché de direction.

RÈGLEMENTATIONS 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 5 sur 5.
Facteurs principaux	Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 348 €
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés · tension 2/5 (Faible) L3X80 — Secrétaires de direction · tension 5/5 (Très élevée) L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques · tension 4/5 (Élevée) L5X93 — Chargés d'études socio-économiques · tension 3/5 (Modérée) 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	48 793
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	9 %
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés L3X80 — Secrétaires de direction L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques L5X93 — Chargés d'études socio-économiques 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

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

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Site de l'IUT : <http://iut-bv.univ-fcomte.fr/>

Site de l'Université de Franche-Comté : <http://www.univ-fcomte.fr>

Université de Franche-Comté

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/18174/>