

COMMERCE: E-COMMERCE POUR PME

RNCP20794 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	Licence Professionnelle — Licence professionnelle
Code(s) NSF	312
Code(s) ROME	M1707, M1101, D1301, M1704, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'EDUCATION NATIONALE

Université de Picardie Jules Verne - Amiens

<http://www.u-picardie.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

L'objectif 1: former dans le domaine marketing dans le web

L'un des objectifs principaux de la Licence Professionnelle e-commerce est de former des futurs commerçants aux techniques spécifiques de la communication et du marketing par l'intermédiaire des réseaux informatiques. Comment construire sa stratégie marketing et communiquer en utilisant un nouveau média vers un public souvent jeune et habitué à surfer de sites en sites. Comment retenir l'attention de cette nouvelle cible et transformer l'internaute en client fidèle, et transformer un passant en client ? Comment rendre visible son offre commerciale sur le net ? Et à partir d'une stratégie commerciale, comment créer du buzz et impulser une véritable communication virale ? Être capable de répondre à ces questions, implique de maîtriser l'environnement économique et juridique du commerce en ligne.

L'objectif 2: communiquer avec un informaticien chargé de la mise en place du site

Le second des objectifs est de permettre à l'étudiant d'acquérir les compétences nécessaires pour définir ses besoins et les exprimer vis à vis de son prestataire informatique. En particulier, il saura utiliser les différents indicateurs permettant de connaître et d'analyser le trafic généré par son site afin d'en améliorer les performances commerciales. Il sera également capable de déterminer les indicateurs qui seront mis en place afin de construire un tableau de bord lui permettant de piloter son offre commerciale.

L'objectif 3: Mettre une logistique adaptée en place

Le troisième objectif consiste à mettre en place une logistique adaptée à la dispersion de sa clientèle. L'une des différences fondamentale entre un commerce physique et un site de vente en ligne concerne la mise à disposition systématique des produits au domicile du client le fait les produits doivent systématiquement être mis à disposition du client à son domicile ou dans un endroit proche de son domicile. Le client n'emporte pas les articles qu'il achète mais attend qu'on lui livre soit à son domicile soit dans un point proche de chez lui. De plus, il attend que les coûts de livraison ne soient pas prohibitifs et que les délais soient les plus courts possibles.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Web marketing

- e-communication et m-communication
- Economie de l'internet
- Management de la culture web
- Gestion du contenu des sites
- Analyse de la performance
- Environnement juridique du commerce en ligne
- Logistique

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Toute entreprise qui vend ou veut vendre ses produits en direct via le réseau est concernée.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Gestionnaire de sites marchand, e-commerçant, achat et vente, référencement de sites, designer de sites

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 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 783 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats · tension 5/5 (Très élevée) 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) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	17 608
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	10 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X80 — Maîtrise des magasins R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X92 — Cadres du management des magasins

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Personnes ayant contribué aux enseignements

(Loi n°84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

INSSET de Saint-Quentin-UPJV

48 Rue Raspail

02100 Saint-Quentin

INSSET de Saint-Quentin

Université de Picardie Jules Verne

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/20794/>