

## Licence 3 Economie Gestion

### Spécialisation : « Développement commercial et gestion d'affaires »

#### PROGRAMME DE FORMATION

##### Spécialisation : 92 heures

###### **Renforcer le développement commercial long terme**

**Perfectionnement aux techniques de commercialisation : Reconquérir les clients perdus** (étudier le dossier client, personnaliser le contact, faire parler, assumer le passé et rebondir, saisir l'opportunité de proposer une solution, conclure ou prendre date pour un contact futur) **Construire une relation commerciale « long terme »** (comprendre l'évolution de l'environnement, apprécier la situation financière de son client, qualifier les perspectives de développement du client,...) **Affirmer sa force de conviction pour faire face aux clients difficiles** (affiner son argumentation, faire face à l'agressivité, savoir annoncer une mauvaise nouvelle,...) **Organiser son activité** (mettre à jour de la base de données, gérer son temps, ...)

##### Les mécanismes de l'économie contemporaine (UE ESD103) : 80 heures

###### **Notions de base**

Les choix économiques dans l'entreprise : l'entreprise et le consommateur - Le fonctionnement des marchés et l'équilibre - Analyse macroéconomique et comptabilité nationale - La fonction de production et la technologie - La productivité des facteurs de production.

###### **L'équilibre général de l'économie**

L'équilibre par le jeu des marchés : l'équilibre keynésien - L'effet des politiques publiques - Le cycle économique - Conjoncture et prévision économique.

###### **Monnaie et marchés financiers**

La bourse et les marchés de capitaux (titres, marchés financiers) : l'arbitrage entre risque et rendement - Savoir lire les journaux financiers - Les banques et la création de monnaie - La politique monétaire - L'inflation.

###### **Economie internationale**

La division internationale du travail : échanges extérieurs et compétitivité - Les taux de change et le système monétaire international - L'économie nationale et le marché mondial.

##### Mercatique I : concepts et études marketing (UE ESC101) : 60 heures

Etudes de marchés. Principes et acteurs du marketing  
Démarche d'une étude sur un exemple simple  
Méthodologies de recueil d'informations marketing  
Echantillonnage  
Analyse d'informations marketing  
Panels de consommateurs et de distributeurs, "access panels", panels d'internautes.  
Utilisation de nouvelles technologies de communication  
Politiques partielles (produits-services, prix, communication, distribution)  
Marketing direct et gestion de la relation client  
Systèmes d'information commerciaux et marketing.  
Commerce électronique.

##### Règles générales du droit des contrats (UE DRA103) : 40 heures

###### **Notions fondamentales**

Sociétés et groupements voisins.

###### **Contrat de société**

Apports - Vocation aux bénéfices et aux pertes - *Affectio societatis*

###### **Personne morale sociétaire**

Attributs - Constitution - Fonctionnement - Dissolution.

###### **Statut de l'associé**

Engagements de l'associé - Exclusion - Cession de droits sociaux - Cession de contrôle - Participation à la vie sociale - Droit de vote.

## **Rapprochements entre sociétés**

Groupes de sociétés - Fusions, scissions et apports partiels d'actifs.

## **Comptabilité et analyse financière (UE CFA116) : 60 heures**

Les finalités et les acteurs de l'information comptable

- Les finalités de l'information comptable
- Les acteurs de la chaîne de l'information comptable et financière
- La normalisation de l'information comptable et financière
- Les différences entre comptabilité financière et comptabilité de gestion

Le modèle comptable et le contenu des états financiers

- Les objectifs et les caractéristiques de l'information comptable
- Le(s) modèle(s) comptable(s) (postulats, principes...)
- Le bilan : patrimoine et situation financière
- Le compte de résultat

- La détermination du résultat comptable

- Le tableau de flux

L'interprétation des états financiers

- Les grands équilibres financiers, l'analyse de la structure financière et l'étude des performances économiques et financières

La mesure des coûts et la performance économique d'une activité, d'un produit ou d'une fonction

- Les finalités du calcul des coûts et sensibilisation à la méthode de calcul des coûts complets

## **Management Processus et organisation de l'entreprise (UE EME101) : 60 heures**

Eléments d'histoire du management

Du marchand donneur d'ordre à l'entrepreneur capitaliste et producteur (1800-1900)

La production poussée vers le marché par la grande entreprise (1900-1945)

Consommation de masse et changements de logique industrielle en germe (1945-1975)

Vers une « personnalisation évolutive de masse » (1975-2005)

Une représentation de l'activité de l'entreprise

Une cartographie des processus

Principes et formes d'organisation de l'entreprise

L'interaction entre processus et organisation

Outils de gestion des processus

La mesure de la performance des processus

Mise sous contrôle et amélioration permanente des processus

Outils de gestion de l'organisation

La mesure de la performance organisationnelle (RIO)

L'alignement de l'organisation

## **Finance d'entreprise : gestion et politique financière (UE GFN139) : 80 heures**

**Démarche du diagnostic financier**

L'analyse du bilan fonctionnel – l'analyse des soldes intermédiaires de gestion – l'analyse de l'équilibre financier – l'analyse par les ratios et les indicateurs de rentabilité

**La gestion financière prévisionnelle**

La gestion de trésorerie et la relation banque/entreprise – l'élaboration du plan de financement

**Théorie et politique financière**

Décision d'investissement et critère de choix – Eléments de théorie financière – Organisation du marché financier et panorama des produits financiers

## **Action commerciale internationale (UE DVE103) : 80 heures**

**Environnement international : commerce extérieur de la France**

Système financier international, système monétaire international - Formes de l'internationalisation - Le circuit bancaire des paiements internationaux.

**Le marketing international : stratégie et planification du marketing**

L'environnement du marketing international, choix d'un mode d'implantation : exportation, association, investissement - Adaptation ou non adaptation du produit, communication.

**Le droit international : le cadre juridique des opérations commerciales internationales**

Les différentes formes de droit - Les problèmes liés à l'absence d'un véritable droit commercial international ; comment aborder l'arbitrage, le règlement à l'amiable, les clauses usuelles d'un contrat international ; analyse d'un contrat.

**Le financement et l'assurance des exportations**

Préfinancement et financement à court terme des exportations - Financement à moyen et long terme - Les protocoles financiers - L'assurance-crédit.

**L'investissement à l'étranger**

L'implantation à l'étranger - Le financement et l'investissement à l'étranger - Le financement des filiales étrangères - La fiscalité des filiales étrangères - La fiscalité des investissements à l'étranger.

**Les sociétés multinationales**

Face à la mondialisation des forces économiques, la réponse des multinationales à la compétitivité par l'intégration des ressources, la standardisation des produits et procédés - Différenciation et adaptation pour répondre aux forces politiques, culturelles et de marchés.

**La couverture des risques**

**Préparation du dossier de preuves : 16 heures**

**Examens écrit et oral : 32 heures**