



LP MANAGEMENT DES ACTIVITÉS COMMERCIALES (MAC) parcours LANCEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS (LNP)

Cette licence professionnelle peut être suivie en formation initiale, en alternance (contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation) ou en formation continue

OBJECTIFS DE LA FORMATION

L'objectif est de doter les étudiants d'outils pratiques leur permettant d'appréhender les spécificités d'une démarche marketing adaptée aux nouveaux produits. Il s'agit essentiellement de leur permettre d'anticiper et de saisir les opportunités de développement commercial offertes par les évolutions du contexte économique et technologique, et donc de passer d'une belle idée originale à une belle réussite commerciale.

ORGANISATION DES ÉTUDES

La formation comprend 5 Unités d'Enseignement totalisant 450 heures de cours, la réalisation d'un projet tuteuré de 120 heures et une période en entreprise de 80 jours minimum. Elle comporte des enseignements théoriques et pratiques.

Le projet tuteuré a pour objectif de mener une étude empirique et théorique autour d'une problématique relative à l'innovation : comportement du consommateur, choix de développement d'une nouvelle activité, lancement d'un nouveau produit, choix de communication, etc.

La formation est structurée selon le rythme suivant : 2 jours à l'IUT (lundi et mardi) et 3 jours en entreprise.

CONDITIONS D'ADMISSION

L'admission se fait sur dossier. La formation est ouverte aux titulaires d'un BAC+2 : DUT Techniques de Commercialisation, DUT Gestion Administrative et Commerciale, DUT Gestion des Entreprises et des Administrations, DUT Information et Communication, BTS Management des Unités Commerciales, BTS Négociation et Relation Client, BTS Commerce international, BTS Communication des Entreprises, BTS Technico-commercial, L2 mention Administration Économique et Sociale, L2 mention Économie-Gestion, L2 mention Droit, L2 mention Langues Étrangères Appliquées.

Des candidats issus d'autres formations peuvent de manière plus ponctuelle être acceptés.

Cette licence professionnelle est ouverte en formation initiale ou en alternance : formation continue, contrat de professionnalisation, contrat d'apprentissage.



DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Les diplômés peuvent travailler tant en PME qu'en grande entreprise et ce quel que soit le secteur d'activité.

Postes occupés : chef de produit, chargé de clientèle, gestionnaire de gamme, responsable de secteur, responsable de développement produit...

APERÇU DU PROGRAMME

UE0 REMISE A NIVEAU : FONDAMENTAUX MARKETING	20h
UE1 MANAGEMENT DES ENTREPRISES COMMERCIALES (15 ECTS)	140h
Analyse et contrôle des sources de rentabilité	20h
Diagnostic, positionnement et choix stratégiques	28h
Animation et déploiement des réseaux commerciaux	28h
Démarche qualité des actions commerciales	18h
Audit, stratégie et planification marketing	28h
Droit des affaires	18h
UE2 COMPÉTENCES TECHNIQUES ET COMMUNICATIONNELLES (15 ECTS)	140h
Anglais ou Allemand des affaires	20h
Animation d'équipe	18h
Application commerciale des TIC	20h
Management par projet	18h
Analyse approfondie des données	18h
Analyse de marché	28h
Gestion de la relation client	18h
UE3 LANCEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS (15 ECTS)	150h
Identification de zones d'opportunités	20h
Marketing des produits nouveaux	30h
Lancement opérationnel	20h
Management de l'innovation	20h
Propriété industrielle et intellectuelle	10h
Veille stratégique et concurrentielle	10h
Gestion des interfaces	10h
Analyse de la valeur	10h
Maîtrise financière des projets innovants	20h
UE4 PROJET TUTEURÉ (5 ECTS)	
UE5 STAGE EN ENTREPRISE (10 ECTS)	

CONTACTS

Corinne Landure (responsable du diplôme)
Secrétariat du département TC

corinne.landure@univ-lorraine.fr
iutehc-tc-secretariat@univ-lorraine.fr

03.72.74.18.40