

Programme des enseignements

Licence Professionnelle



Chargé de communication et de relation client



**MISE A NIVEAU
EN COMMUNICATION OU EN RELATION COMMERCIALE**

93 heures
7 ECTS

RELATION CLIENT

Sociologie de la consommation
Marketing direct
Négociation commerciale

84 heures
7 ECTS

COMMUNICATION

Stratégie et plan de communication
Mise en place d'outils de communication
Anglais

84 heures
7 ECTS

OUTILS INFORMATIQUES

B-to-C et B-to-B
Bases de données
Logiciel de GRC

84 heures
5 ECTS

STRATEGIE D'ENTREPRISE

Management participatif
Evaluation et contrôle qualité
Stratégie commerciale

84 heures
5 ECTS

PROJET TUTEURE

150 heures
9 ECTS

STAGE EN ENTREPRISE

16 semaines
20 ECTS



institut universitaire
de technologie



IUT de Rodez
33, Avenue du 8 mai 1945 – 12000 Rodez
Tél : 05 65 77 10 80 – Fax : 05 65 77 10 81
www.iut-rodez.fr

Département INFOCOM
05 65 77 10 88
infocom@iut-rodez.fr

la réussite des idées

RODEZ - AVEYRON - FRANCE

Objectif de la spécialité



Les compétences et axes du programmes

Former des responsables de la communication et de la relation client polyvalents et capables de :

- Gérer la communication interne et externe de l'organisme,
- Etablir une stratégie globale de communication,
- Choisir et mettre en œuvre des supports de communication,
- Définir une stratégie commerciale,
- Suivre la création et le développement d'une ligne de produit/service,
- Maîtriser les outils du système d'information de gestion,
- Animer des équipes.

Admission



Conditions

Etre titulaire d'un bac + 2

- L2 Economie, Gestion, AES, Communication
- DUT IC, SRC, TC, GACO
- BTS Communication, MUC, NRC
- Salariés en contrat de professionnalisation

Modalités d'admission

Examen du dossier et entretien éventuel

Informations et candidature sur le site www.iut-mpy.net

Parcours



Métier

Ce professionnel travaille dans tous les secteurs économiques et notamment, dans les organisations de taille moyenne. Dans ces organisations il est indispensable d'allier la communication avec la relation client. La stratégie communicationnelle de l'organisation mise en place conduira à un dialogue individualisé avec le client au travers duquel un vrai contenu, substantiel et porteur de sens, sera délivré.

- Chargé de communication
- Responsable de stratégie commerciale
- Chef de produit, chef de marque
- Responsable marketing
- Responsable de campagne publicitaire

Organisation

Une organisation qui favorise l'alternance, avec une répartition progressive des semaines de stage et des semaines de cours tout au long de l'année :

- Semestrialisation du parcours
- 15 semaines d'enseignement
- 3 semaines de travail en projet
- 16 semaines de stage en entreprise

Semestre 5	
5 semaines Cours	2 semaines Stage
4 semaines Cours	3 semaines Stage
Semestre 6	
2 semaines Cours	3 semaines Stage
2 semaines Cours	4 semaines Stage
2 semaines Cours	4 semaines Stage