



Master Marketing Vente

NOM COMPLET DU DIPLÔME

**Master Droit, économie et gestion mention marketing, vente parcours
Marketing intégré dans un monde digitalisé**

Code : MR11801A



Niveau d'entrée : Bac + 3

Niveau de sortie : Niveau 7 (Master, DEA, DESS,
diplôme d'ingénieur)

Durée : 2 ans

Durée en nombre d'heures : 960 heures

- dont 960 heures en formation
- heures en entreprise non renseignées

ECTS (diplôme) : 120



Objectifs pédagogiques

Cette spécialité est conçue autour d'un **triple objectif** :

Objectif marketing permettant aux auditeurs :

- d'appréhender les aspects de la stratégie de l'entreprise, de la segmentation nécessaire et de la construction d'un plan marketing ;
- de définir un plan d'action exploitant toutes les possibilités des différents canaux de communication et de distribution que ce soit dans le monde physique ou digital.

Objectif commercial préparant les auditeurs :

- de définir et mettre en œuvre les actions nécessaires à la vente de produits et services (études marketing, conception de produits, tarification, communication, distribution) en ligne avec la stratégie de l'entreprise ;
- de négocier, vendre et établir des relations durables avec des segments de clients rentables au travers de méthodes de ventes digitales ou de ventes complexes ;
- de sélectionner et d'utiliser les outils informatiques nécessaire au pilotage de l'activité commerciale et marketing.

Objectif managérial permettant de:

- maîtriser et appliquer des processus mobilisant des ressources au travers d'une organisation et au sein d'un écosystème, pour satisfaire un ensemble de parties prenantes essentielles,
- comprendre et mettre en œuvre l'ensemble de principes et outils utiles aux managers commerciaux & marketing pour mettre en œuvre un management efficace, que ce soit en présentiel ou à distance.

Modalités d'enseignement.

En **HTT**, à Paris, **le master** est déployé selon les modalités suivantes:

- en cours du soir : trois jours par semaine plus le samedi ;
- en formation hybride (à distance et en présentiel).

Ce master est également proposé par la voie de **l'alternance au CFA du Cnam** (<http://cfa-idf.cnam.fr>) **et** dans les **centres Cnam en région**.



Compétences et débouchés

Aptitude au management et à la direction d'entreprise
Expertise stratégique marketing et sa définition
Expertise stratégique commerciale et sa définition

En partenariat avec



École de
Commerce et
Management

Centres

**Renseignements administratifs
et inscription :** Centre Cnam de
Dijon

Lieu d'enseignement : ECM
Dijon

Mentions officielles

Code RNCP

35907

Mots-clés

Relation client

Stratégie commerciale

Action commerciale

Distribution

commerce

Type de diplôme

Master

Code NSF

312 - Commerce, vente

312n - Etudes de marchés et
projets commerciaux

Formacode

Action commerciale [34573]

Stratégie commerciale
[34085]

Étude marché [34060]

Code du parcours

MR11801

La gestion et le management des actions marketing et /ou commerciales.

Méthodes pédagogiques

Les enseignements théoriques, couplés à des mises en application en travaux dirigés et travaux pratiques sur matériels et logiciels métiers permettront une professionnalisation rapide. L'espace numérique de formation du Cnam (Moodle) permet à chaque enseignant de rendre accessible des ressources spécifiques à ses enseignements. Des modalités plus détaillées seront communiquées au début de chaque cours.



Les frais pédagogiques de la formation sont pris en charge par les entreprises et/ou les OPCO.



Formation ouverte aux personnes en situation de handicap (à étudier avec la mission handicap du centre).

Prérequis et conditions d'accès

Conditions d'accès en Master :

- les candidats doivent posséder un diplôme ou un titre homologué de niveau Bac+3 ou 4 en gestion, de préférence,
- pour leur entrée en Master, les candidats sont sélectionnés sur dossier et entretien avec une commission d'orientation composée, d'au moins, trois membres, dont le responsable du diplôme ou son représentant.

Modalités d'évaluation:

L'obtention du diplôme nécessite la validation de toutes les unités d'enseignement ainsi que la rédaction d'un projet managérial (première année) et un mémoire de fin d'études (deuxième année). A l'issue de la formation, l'élève devra justifier d'une expérience professionnelle, à temps plein, de deux ans dans la spécialité et de niveau master.



Programme

Blocs de compétences

Un bloc de compétences est constitué d'un ensemble d'Unités qui répond aux besoins en formation de l'intitulé du bloc.

Les unités ci-dessus sont réparties dans les Blocs de compétences ci-dessous.

Chaque bloc de compétences peut être validé séparément.

**Usages avancés et
spécialisés des outils
numériques**
MR118B11

**Mobiliser et produire des
savoirs hautement spécialisé**
MR118B21

**Communiquer en contexte
professionnel**
MR118B31

Contribuer à la transformation en contexte professionnel

MR118B41

Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en Marketing-Vente

MR118B71

Développer une culture managériale et organisationnelle

MR118B91

Élaborer une vision stratégique en Marketing-Vente

MR118B51

Mettre en œuvre des règles, des normes et des démarches qualité en Marketing-Vente

MR118B81

Accompagner les comportements et postures au travail

MR118BA1

Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente

MR118B61