



## 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  
Besançon

**Lieu d'enseignement** : ECM  
Besançon

## 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