



DIPLÔME

Master Droit, économie et gestion mention marketing, vente parcours Intelligence marketing et entreprise responsable

Code : MR16501A



Niveau d'entrée : Bac + 3, Bac + 4

Niveau de sortie : Bac + 5

ECTS : 120

Déployabilité

A la carte : Formation pouvant s'effectuer au rythme de l'élève, en s'inscrivant aux unités du cursus

Objectifs pédagogiques

Objectifs

L'objectif principal de ce master est de former des professionnels capables de piloter et de mettre en œuvre une **stratégie marketing responsable dans un monde en transformation**

S'appuyant sur une première année de fondamentaux de l'entreprise, il se spécialise en 2ème année.

Pour la rentrée 2024-25, le programme comprend :

en M1 :

- Information comptable et management
- Pilotage financier de l'entreprise
- Gestion des RH et des équipes
- Théories et formes des organisations
- Principes généraux et outils du management d'entreprise
- Anglais professionnel
- Mercatique II : Stratégie marketing
- Expérience professionnelle ou stage
- Marketing dans un monde digital
- Management de projet

En M2 :

- Comportement du consommateur
- Marketing stratégique
- Intégration vente et marketing BtoB
- Marketing responsable
- Méthodologie de mémoire

Les cours se déroulent essentiellement en distanciel les mardis, mercredis et jeudis soirs (de 18h30 à 21h30) et certains samedis.

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.

Modalités de validation

L'obtention du diplôme nécessite la validation de toutes les unités d'enseignement, totalisant 120 crédits ECTS pour les 2 années du master.

A l'issue de la formation, l'auditeur devra justifier d'une expérience professionnelle, à temps plein, de deux ans dans la spécialité et de niveau master.

Prérequis et conditions d'accès

Conditions d'accès en Master :

- Pour entrée en M1 : les candidats doivent posséder un diplôme ou un titre homologué de niveau Bac+3 ou 4 en gestion, ou dans un diplôme en lien. Expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans le domaine et de niveau master
- Pour entrée en M2 : les candidats doivent avoir validé un M1 en marketing , ou un M1 dans un domaine proche avec une expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans le domaine et de niveau master
- Sélection sur dossier et entretien

MENTIONS OFFICIELLES

Code RNCP

42353

Date d'enregistrement au RNCP

30/05/2025

Date de l'échéance de l'enregistrement au RNCP

31/08/2030

Informations complémentaires

Type de diplôme

[Master](#)

Formacode

Marketing [34052]

Commerce [34554]

Développement durable [12522]

Code du parcours

MR16501

Modules d'enseignement

M1

- [Anglais professionnel](#)
- [Expérience professionnelle ou stage](#)
- [Gestion des RH et des équipes](#)
- [Information comptable et management](#)
- [Management de projet](#)
- [Marketing dans un monde digital](#)
- [Mercatique II : Stratégie marketing](#)
- [Pilotage financier de l'entreprise](#)
- [Principes généraux et outils du management d'entreprise](#)
- [Théories & formes des organisations](#)

M2

- [Comportement du consommateur](#)
- [E business - Logistique](#)
- [Expérience professionnelle](#)
- [Fonction marketing \(amont/aval\) et processus d'innovation,](#)
- [Gestion des comptes-clés et négociation des affaires](#)
- [Impact des données sur le marketing et la vente](#)
- [Intégration vente et marketing en B2B](#)
- [L'entreprenariat](#)
- [La stratégie d'internationalisation](#)
- [Marketing en contexte Business-to-Business \(B2B / interentreprises\)](#)
- [Marketing et lancement des nouveaux produits](#)
- [Marketing responsable](#)
- [Méthodologie du mémoire](#)
- [Retail : intégration physique et digitale](#)
- [Stratégie d'entreprise et Marketing stratégique](#)

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.

Information non disponible, pour plus d'information veuillez [contacter le Cnam](#)