



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

35907

### 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](#)