DIPLÔME

Certificat de compétence Mercatique des produits et des services de grande consommation

Code : CC4300A



Niveau d'entrée : Aucun
Niveau de sortie : Aucun
ECTS : 30
Diplôme national
Oui

Déployabilité
A la carte : Formation pouvant s'effectuer au rythme de l'élève, en s'inscrivant aux unités du cursus
Package : Formation pouvant se suivre en s'inscrivant à un "package" (groupe d'enseignements indissociables)

Objectifs pédagogiques

Former des professionnels aux techniques modernes de marketing dans le secteur des produits et services de grande consommation, où le développement du commerce électronique nécessite des professionnels de la communication et des spécialistes des nouvelles technologies.

Compétences et débouchés

- Collecter et analyser les informations sur un marché.
- Identifier les besoins et des attentes des clients.
- Concevoir une stratégie marketing.
- Elaborer et mettre en œuvre un plan d'action commerciale.
- Management des forces de ventes.
- Gérer la relation client.
- Gérer les outils de mercatique direct et interactif.

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.

Prérequis et conditions d'accès

Prérequis :
Niveau bac+2 ou avec une expérience en entreprise.

MENTIONS OFFICIELLES

Mots-clés

- Communication marketing
- Marketing
- Stratégie commerciale
- Vente
- Stratégie marketing
- Distribution
- Grande distribution
- commerce

Informations complémentaires

Type de diplôme
Certificat de compétence

Code NSF
312 - Commerce, vente

Formacode
Force vente [34561]

Code du parcours
CC4300A

Modules d'enseignement

- → Distribution
- → I.A. & Datascience au service de la gestion de la relation client – CRM
- → Marketing Digital et Plan d'acquisition on-line
- → Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data à l'heure de l'IA
- → Mercatique II : Stratégie marketing
- → Négociation et Management des forces de vente : approfondissements
- → Stratégie de communication multicanal

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