



DIPLÔME

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

Code : MR11801A



Niveau d'entrée : Bac + 3, Bac + 4

Niveau de sortie : Bac + 5

ECTS : 120

Diplôme national

Oui

### Déployabilité

Apprentissage : Formation pouvant se suivre en apprentissage

Package : Formation pouvant se suivre en s'inscrivant à un "package" (groupe d'enseignements indissociables)

Contrat de professionnalisation : Formation pouvant se suivre en contrat de professionnalisation

## 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

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.

## 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.

## LIEU(X) DE FORMATION EN BFC

### • **📍ECM Besançon**

MASTER - Marketing, vente parcours Marketing intégré dans un monde digitalisé

## 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

### Mots-clés

[Relation client](#)

[Stratégie commerciale](#)

[Action commerciale](#)

[Distribution](#)

[commerce](#)

### Informations complémentaires

#### 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

## Modules d'enseignement

### M1

- [Communication commerciale - Anglais commercial](#)
- [Expérience professionnelle M1 Marketing](#)
- [Gestion de la relation client \(GRC\) / Customer Relationship Management \(CRM & e-CRM\)](#)
- [Les méthodes de recherche en marketing et projet managérial](#)
- [Management commercial](#)
- [Marketing dans un univers digital \(approfondissement\)](#)
- [Principes des études de marché](#)
- [Stratégie commerciale](#)
- [Test d'anglais niveau B1 cadre européen](#)

## 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'entrepreneuriat](#)
- [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 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.

### Usages avancés et spécialisés des outils numériques

MR118B11

### Élaborer une vision stratégique en Marketing-Vente

MR118B51

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

MR118B81

### Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisé

MR118B21

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

MR118B61

### Développer une culture managériale et organisationnelle

MR118B91

### Communiquer en contexte professionnel

MR118B31

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

MR118B71

### Accompagner les comportements et postures au travail

MR118BA1

### Contribuer à la transformation en contexte professionnel

MR118B41