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 : Fomation 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:
- maitriser 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.

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

Mots-clés

- Action commerciale
- Stratégie commerciale
- Distribution
- commerce
- Relation client

Informations complémentaires

Type de diplôme

Master

Code NSF

312 - Commerce, vente
312n - Etudes de marchés et projets commerciaux

Formacode

Étude marché [34060]
Stratégie commerciale [34085]
Action commerciale [34573]

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'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 : integration 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

Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisé
MR118B21

Communiquer en contexte professionnel
MR118B31

Contribuer à la transformation en contexte professionnel
MR118B41

Élaborer une vision stratégique en Marketing-Vente
MR118B51

Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente
MR118B61

Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en Marketing-Vente
MR118B71

Mettre en œuvre des règles, des normes et des démarches qualité en Marketing-Vente
MR118B81

Développer une culture managériale et organisationnelle
MR118B91

Accompagner les comportements et postures au travail
MR118BA1