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