

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

MR11801A - 120 crédits

Niveau(x) d'entrée : BAC+3

Niveau(x) de sortie : BAC+5

Code RNCP (consultez la fiche en cliquant ici) : 35907

Lieu(x) : Non proposé en présentiel au Cnam HdF, nous contacter pour possibilité de formation à distance et hybride



PRÉSENTATION

Public / 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.

Évolution professionnelle des diplômés

Les dernières informations sur l'évolution professionnelle des diplômés :

- [Fiche synthétique au format PDF](#)

Objectifs

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 oeuvre 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 oeuvre l'ensemble de principes et outils utiles aux managers commerciaux & marketing pour mettre en oeuvre 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

Compétences

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.

Contenu de la formation

Tronc commun

Parcours M1

Management commercial	US180Q	4	ects
Communication commerciale Anglais commercial	US180R	6	ects
Principes des études de marché	US180S	6	ects
Gestion de la relation client (GRC) / Customer Relationship Management (CRM & eCRM)	US180T	4	ects
Stratégie commerciale	US180U	6	ects
Marketing dans un univers digital (approfondissement)	USM30S	4	ects
Les méthodes de recherche en marketing et projet managérial	USM303	16	ects
Test anglais (B1 cadre européen)	PUCM01	0	ects
Expérience professionnelle M1 Marketing	UA181K	14	ects

Parcours M2

Comportement du consommateur	USM318	4	ects
Stratégie et Marketing Stratégique	US1823	6	ects
Retail : integration physique et digitale	USM319	4	ects
E business Logistique	USM31A	4	ects
Impact des données sur le marketing et la vente	USM31B	4	ects
Marketing en contexte Business to Business (B2B / interentreprises)	USM31S	4	ects

Parcours 3 UE à choisir parmi :

Intégration vente et marketing en B2B	USM31C	4	ects
Fonction marketing (amont/aval) et processus d'innovation,	USM31D	4	ects
L'entreprenariat	US1824	4	ects
Gestion des comptes-clés et négociation des affaires	US181Z	4	ects
Marketing responsable	USM31E	4	ects
Marketing et lancement des nouveaux produits	USM31F	4	ects
La stratégie d'internationalisation	US181W	4	ects
Expérience professionnelle	UAMG0H	12	ects
Mémoire Master	UAMG0F	10	ects

Méthodes
pédagogiques:

Pédagogie qui combine des enseignements académiques et des pédagogies actives s'appuyant sur l'expérience en entreprise et le développement des compétences. Equipe pédagogique constituée pour partie de professionnels.

Modalités d'évaluation:

Chaque unité (UE, UA) fait l'objet d'une évaluation organisée en accord avec l'Etablissement public (certificateur) dans le cadre d'un règlement national des examens.



Un référent Cnam est dédié à l'accompagnement de toute personne en situation de handicap. Contactez : hdf_handicap@lecnam.net

Document non contractuel.

Le programme et le volume horaire de cette formation sont susceptibles d'être modifiés en fonction des évolutions du référentiel pédagogique national.

Le Cnam Hauts-de-France vous informe, vous accompagne et vous conseille.

Contactez nos conseillers formation au  0800 719 720
ou hdf_contact@lecnam.net

Tous nos programmes sur www.cnam-hauts-de-france.fr