

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

## Présentation

### Publics / conditions d'accès

Prérequis :

Niveau bac+2 ou avec une expérience en entreprise.

### Objectifs

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

- 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.

Mis à jour le 27-02-2024



**Code : CC4300A**

30 crédits

Certificat de compétence

**Responsabilité nationale :**

EPN15 - Stratégies / Jean-Michel RAICOVITCH

**Responsabilité opérationnelle**

: Benoît PETITPRETRE

**Niveau CEC d'entrée requis :**

Sans niveau spécifique

**Niveau CEC de sortie :** Sans

niveau spécifique

**Mode d'accès à la certification**

:

**NSF :** Commerce, vente (312) ,  
Négociation et vente (312t)

**Métiers (ROME) :**

**Contact national :**

Cnam - École MS - Département  
MIP

1D3P40, 37-2-07, 2 rue Conté  
75003 Paris

01 40 27 25 15

Rosa Alves Suzano

[rosa.alves\\_suzano@cnam.fr](mailto:rosa.alves_suzano@cnam.fr)

# Enseignements

30 ECTS

Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data

ESC101

6 ECTS

Mercatique II : Stratégie marketing

ESC102

4 ECTS

Distribution

ACD108

4 ECTS

Négociation et Management des forces de vente : approfondissements

ACD109

4 ECTS

Stratégie de communication multicanal

ESC132

6 ECTS

une UE au choix parmi : 6 ECTS

Datascience au service de la gestion de la relation client – CRM

CSV002

6 ECTS

Marketing Digital et Plan d'acquisition on-line

ESC123

6 ECTS