

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 des informations sur un marché. Identifier des besoins et des attentes des clients. Concevoir d'une stratégie marketing. Elaborer et mettre en œuvre d'un plan d'action commerciale. Management des forces de ventes. Gérer la relation client. Gérer les outils de mercatique direct et interactif.

🌟 Valide le 21-03-2019

Code : CC4300A

28 crédits

Certificat de compétence

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / Maria-béatriz SALGADO

Niveau d'entrée requis :

Sans niveau spécifique

Niveau 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

Enseignements

28 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	ESC122
	4 ECTS
une UE au choix parmi : 6 ECTS	
Datascience au service du Marketing et de la Relation client	ESC115
	6 ECTS
Marketing électronique - Marketing Digital	ESC123
	6 ECTS