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 01-09-2026

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

Enseignements

30 ECTS

Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data à l'heure de l'IA	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

I.A. & 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