

Master Droit, économie et gestion mention marketing vente parcours Distribution vente

Présentation

Publics / conditions d'accès

Conditions d'accès en Master :

En HTT:

- les candidats doivent posséder un diplôme ou un titre homologué de niveau Bac+3 ou 4 en gestion, de préférence,

- ils doivent, de plus, avoir une expérience professionnelle de deux ans dans un environnement commercial/marketing,

- pour leur entrée en Master, les candidats sont sélectionnés sur dossier et entretien avec une commission d'orientation composée du responsable du diplôme, du responsable pédagogique et de deux enseignants issus du monde professionnel.

En alternance:

- 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.

Objectifs

Cette spécialité est conçue autour d'un **double objectif** :

Objectif commercial préparant les auditeurs à:

- définir et mettre en œuvre les actions nécessaires à la vente de produits et services (études marketing, conception de produits, tarification, communication, distribution) en se situant dans la stratégie de l'entreprise.

- négocier, vendre et établir des relations durables avec des segments de clients rentables,

- définir et développer des systèmes d'information pour piloter les actions précédentes.

Objectif managérial permettant de:

- maîtriser et appliquer des processus mobilisant des ressources à travers une organisation, dans un contexte de concurrence-coopération, pour satisfaire un ensemble de parties prenantes essentielles,

- comprendre et mettre en œuvre l'ensemble de principes et outils utiles aux managers commerciaux pour mettre en œuvre un management efficace.

Modalités d'enseignement.

En **HTT**, à Paris, la **première année** est déployée selon les modalités

🌟 Valide le 23-02-2019

Fin d'accréditation au 31-08-2019

Code : MR11801A

120 crédits

Master

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / Maria-béatriz SALGADO

Niveau d'entrée requis :
Niveau II

Niveau de sortie : Niveau I

Mention officielle : Arrêté du 24 août 2016.
Accréditation jusque fin 2018-2019.

Mode d'accès à la certification :

- Apprentissage
- Contrat de professionnalisation
- Formation continue
- Validation des Acquis de l'Expérience

NSF : Commerce, vente (312) , Etudes de marchés et projets commerciaux (312n) , Négociation et vente (312t)

Métiers (ROME) :

Code CNCP : 15175

Code CertifInfo : 91677

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 86 55

Zahra ADJLOUT

zahra.adjout@cnam.fr

suyvantes:

- deux à trois cours du soir par semaine plus le samedi ;

- en cours du jour, durant le second semestre,

- en formation hybride (à distance et en présentiel).

La **deuxième année** , en **HTT** à Paris, est ainsi organisée en cours du soir (deux à trois soirs par semaine plus le samedi)

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

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.

Enseignements

120 ECTS

M1 : 60 ECTS

Le management commercial	US180Q
	4 ECTS
Communication interpersonnelle, de groupe et média ou hors média	US180R
	6 ECTS
Principes des études de marché on line et off line	US180S
	6 ECTS
Customer relationship management	US180T
	4 ECTS
La stratégie commerciale	US180U
	6 ECTS
Marketing dans un univers digital (approfondissement)	USM30S
	4 ECTS
Test d'anglais (Bulat niveau 1)	UA2B14
	4 ECTS
Les méthodes de recherche en marketing et projet	USM303
	14 ECTS
Expérience professionnelle	UA181K
	12 ECTS

M2 60 ECTS

Les études de marché	US181R
	4 ECTS
Marketing stratégique	US1823
	6 ECTS
L'entreprenariat	US1824
	4 ECTS
Le marketing des produits et services industriels	US1825
	6 ECTS
Gestion des comptes-clés et négociation des affaires	US181Z
	6 ECTS
Retail marketing et politiques de distribution	US181U
	8 ECTS
La stratégie d'internationalisation	US181W
	4 ECTS
Test d'anglais (Bulat niveau 2)	UA2B24
	4 ECTS
Méthodologie du mémoire et mémoire de fin d'études	UA182G
	18 ECTS