

# Master Droit, économie et gestion mention marketing vente parcours Mercatique interentreprises

## Présentation

### Publics / conditions d'accès

Prérequis :

#### Conditions d'accès en M1 :

- les candidats doivent posséder un diplôme Bac+3 acquis au Cnam, dans un autre établissement, ou obtenu par une démarche de validation des acquis de l'expérience.

#### Conditions d'accès en M2 :

- les candidats doivent posséder un diplôme ou un titre homologué de niveau Bac+4 en gestion ou dans un domaine connexe, ou Bac+5 dans un domaine technique,

- ils doivent de plus avoir une expérience professionnelle de 2 ans dans un environnement business-to-business,

- pour leur entrée en Master 2, les candidats sont sélectionnés sur dossier par un jury d'admission composé du responsable du diplôme, du responsable pédagogique et de 2 enseignants issus du monde professionnel.

## Objectifs

La formation poursuit 3 objectifs :

- l'acquisition de connaissances permettant d'appréhender les relations marketing et commerciales d'entreprises à entreprises (marketing business to business, marketing d'affaires, marketing de projet...),

- le partage d'expériences, par la confrontation à des enseignants issus du monde professionnel pour intégrer la complexité des relations dans les activités industrielles et de services,

- la maîtrise des processus d'analyse et d'action par une pédagogie fondée sur des cas pratiques.

## 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.

🌟 Valide le 17-07-2018

Fin d'accréditation au 31-08-2019

**Code : MR11803A**

120 crédits

Master

**Responsabilité nationale :**  
EPN15 - Stratégies / Maria-béatrix SALGADO

**Responsabilité opérationnelle :** Elie LIBERMAN

**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 (312m)

**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.adjhout@cnam.fr](mailto:zahra.adjhout@cnam.fr)

# Enseignements

120 ECTS

## M1

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

Mercatique des produits et services industriels 1	USM30T 4 ECTS
Mercatique des produits et services industriels 2	USM30U 6 ECTS
Systèmes de gestion de la relation client	USM20E 6 ECTS
La stratégie d'internationalisation	US181W 4 ECTS
Négociation et gestion des comptes clé	USM20F 4 ECTS
Études et prévisions de marchés de biens et services industriels	USM20G 6 ECTS
Mercatique industriel : séminaire de cas pratiques de mercatique interentreprises	USM30V 10 ECTS
Test d'anglais (Bulat niveau 2)	UA2B24 4 ECTS
Séminaire méthodologique	UA182L 4 ECTS
Projet fin d'études	UA182M 12 ECTS