US180Q - Management commercial

Mis à jour le 17-02-2025

Code : US180Q

Unité spécifique de type cours

4 crédits

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / Catherine DE LA FOUCHARDIERE

Contact national :

EPN15

2 rue Conté
75003 Paris
01 40 27 25 15
Huguette AFFERI
amoin-huguette.afferi@lecnam.net

Présentation

Prérequis

- Admission à la formation uniquement sur dossier et entretien (si nécessaire) ;
- Inscription exclusivement dans le cadre de l'obtention du titre RNCP Responsable Commercial et Marketing ou de la première année du Master Droit, économie, gestion, mention commerce marketing, spécialité distribution vente.

Prérequis

- Les élèves doivent avoir le niveau de l'UE MSE101 et maîtrisent ainsi les généralités sur l'économie et le management.

Objectifs pédagogiques

Cet enseignement a pour objectif de conduire l'élève à développer sa compétence à manager une équipe afin de développer la performance commerciale de l'unité organisationnelle (équipe commerciale nationale, régionale, à distance).

Il accorde une place particulière aux enjeux soulevés par la responsabilité sociétale et environnementale (**RSE**) et au développement de **l'intelligence artificielle**. Ces deux enjeux seront mis en avant dans le contenu du cours, par les thématiques abordées, les exemples cités, les études de cas, les projets mis en œuvre et les outils utilisés. Ainsi, les apprenants sont sensibilisés à l'impact des actions dans le domaine du management commercial.

Compétences

Cet enseignement a pour objectif de conduire l'élève à développer sa compétence à manager une équipe afin de développer la performance commerciale de l'unité organisationnelle (équipe commerciale nationale, régionale, à distance).

Programme

Contenu

- Utiliser les outils digitaux pour piloter l'activité commerciale avec l'équipe
- Notions générales sur la théorie des organisations : l'organisation et le management. L'individu, le groupe, l'entreprise.
- Les spécificités du management commercial (typologie des commerciaux ; compétences et motivation ; management adaptatif et situationnel...).
- Les situations du manager (l'entretien, la réunion, l'accompagnement, le processus de recrutement, ...).
- La construction du plan de vente et des argumentaires.
- L'animation d'une équipe commerciale Les critères de la performance commerciale : activité / efficacité.
- L'accompagnement managérial : le soutien / le perfectionnement.
- Le plan d'actions commerciales.

Modalités de validation

- Examen final

Description des modalités de validation

Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise

Bibliographie

Titre	Auteur(s)

le management de la force de vente Pearson 2011	Alfred Zeyl, Armand Dayan, Pascal Brassier
Le management commercial (Dunod), 2017	I Barth
Selling and sales management 2019	David Jobber