USM303 - Les méthodes de recherche en marketing et projet managérial

Mis à jour le 06-03-2024

Code : USM303

Unité spécifique de type mixte

16 crédits

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / 1

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

Présentation

Prérequis

- Bac+3 et 2 ans d'expérience commerciale minimum;
- admission sur dossier (et entretien si nécessaire) ;
- inscription uniquement 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.

Objectifs pédagogiques

Cet enseignement conduit l'élève à :
- mobiliser l'ensemble des connaissances acquises, pour la résolution d'un cas concret d'unité commerciale d'entreprise, qu'il identifie (équipe, point de vente, agence, produit, secteur...) afin de développer la compétence à diagnostiquer, décider et mettre en œuvre ;
- se projeter dans la fonction de manager commercial en effectuant un travail opérationnel identique aux exigences d'une prise de poste ;
- agir dans un cadre professionnel.
Le Projet Managérial constitue la pierre angulaire de l'enseignement de la 1° année du master

Programme

Contenu

Divers aspects sont abordés dans les séances qui visent un enseignement didactique autour des méthodes de recherche liées au projet managérial notamment :

- Présentation par les élèves des éléments de leurs travaux
- Entraînement à la décision au travers d'un jeu d'entreprise montrant l'impact des décisions liées aux variables du Mix-Marketing sur le résultat d'exploitation.

Structuration d'une présentation orale pour optimiser l'impact auprès du public cible

Production d'un support de présentation percutant et moderne à son audience

Prise de parole en public pour convaincre son auditoire et transmettre les messages clés

Modalités de validation

- Mémoire

Description des modalités de validation

Rédaction d'un projet managérial devant être soutenu.