

Siret : 442 293 734 00012

N° de déclaration d'activité : FPC52440410944

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat (art. L.6352-12)

SPECIALISATION

Gestion de Projet, Management et International

Master Droit, Economie et Gestion

Mention Marketing Vente, parcours marketing intégré dans un monde digitalisé

N° d'enregistrement RNCP : 35907

Code formation : 13531276



PUBLIC VISÉ ET PRÉREQUIS

Être titulaire d'un diplôme bac+3 en gestion ou commerce de préférence ou expérience professionnelle équivalente *précités*.



OBJECTIFS DU DIPLÔME

Objectifs pédagogiques et compétences visées

Objectif commercial

- 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

- 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.

Perspectives d'emploi

- Etude et analyse du comportement du consommateur
- Participation aux actions stratégiques relatives au marketing
- Contrôle de l'évolution des marchés
- Veille concurrentielle
- Gestion de la communication des marques et de l'entreprise
- Management des équipes marketing et commerciales de l'entreprise
- Compréhension des nouveaux outils utilisés en marketing
- Appréhension d'une organisation de manière globale
- Gestion d'une offre de produits ou services
- Intégration du digital dans l'ensemble des activités

Secteurs d'activité :

- Tous secteurs



MODALITÉS DE SUIVI, D'ÉVALUATION ET DE VALIDATION

Contrôle continu

Modalités d'attribution du diplôme :

- Avoir 10 sur 20 de moyenne générale
- Valider l'expérience professionnelle de 2 ans
- Rédiger un rapport d'activité professionnelle
- Obtention d'un score de niveau B1 au test Linguaskill from Cambridge



MOYENS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Modalités pédagogiques

Le CFP Ecole Nantaise de Commerce et le CNAM, pour la partie en centre de formation, et le tuteur, pour celle en entreprise, mettront en œuvre les moyens pédagogiques correspondant au niveau de formation visé.

Cours en présentiel pour leur grande majorité – possibilité de quelques cours en ligne, avec des enseignants du CNAM et des professionnels suivant les matières enseignées.

Locaux et équipements

Locaux : au cœur de Nantes et ceux du CNAM Nantes

Équipement : salle informatique, matériel vidéo

Handicap : sensibilisé à l'importance de faciliter l'accès à la formation de toute personne porteuse de handicap, nous sommes à votre écoute pour la mise en place de modalités spécifiques. Nous disposons d'un référent handicap, veuillez nous contacter :

referent-handicap@enc-nantes.fr



DURÉE ET DÉLAIS D'ACCÈS

Durée de la formation

La formation se déroule de septembre 2022 à août 2024

Volume Horaire de 588h la 1^{ère} année puis de 598,5h la 2^{ème} année.

Rythme : Les cours se déroulent sur deux années et sont répartis sur 3 jours en entreprise et 2 jours de formation.

Délais d'accès

Étude des candidatures à partir du mois de janvier de l'année précédente

Intégration en formation à partir du mois de septembre

[Tapez ici]



TARIFS

Coût de la formation pour l'alternant

En contrat d'apprentissage : **pas de frais de formation**

Coût de la formation pour l'employeur

Secteur privé : **prise en charge des frais de formation par l'OPCO** selon les niveaux de prise en charge en vigueur (contrat \geq 12 mois) (contactez-nous pour plus d'informations).

Secteur public : **8400 euros pour l'année de formation**



LIEUX DE FORMATION ET CONTACTS

Lieux de la formation

CFP ENC CFA
6 rue Crébillon
44000 NANTES

CNAM
25 Bd Guy Mollet
44300 NANTES

Contacts

Responsable de formation 1ère année
Corinne MURACCIOLE
cmuracciole@enc-nantes.fr

Responsable de formation 2ème année
Claire SAULNIER
csaulnier@enc-nantes.fr

Assistante de formation
Charlotte WALLEY
cwallet@enc-nantes.fr



CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
1ère année de Master (SUSCEPTIBLE DE MODIFICATIONS)			
Management commercial	35h	Mettre en place et manager des équipes complémentaires transversales ou interculturelles	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Anglais commercial	52,5h	Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise

[Tapez ici]

Principe des études de marché	52,5h	Commanditer ou réaliser des études qualitatives ou quantitatives	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Gestion de la relation Customer Relationship management	35h	Identifier les évolutions des attentes et des comportements des clients. Comprendre les systèmes de relation client.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
La stratégie commerciale	52,5h	Définir la politique commerciale, développer un plan d'action commerciale	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Marketing dans un univers digital	35h	La compréhension du potentiel des données ; - La mise en place de mesures de cybersécurité des données marketing - Générer des leads et les convertir - Exploiter le digital dans les actions de communication et d'influence - Piloter le plan d'action digitale.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Les méthodes de recherche en marketing et projet	56h	Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif.	Rédaction d'un document intitulé «projet managérial » d'une soixantaine de pages qui est soutenu devant jury. L'organisation de la soutenance orale est la suivante: 10-15 minutes de présentation par le candidat de son travail ;15-20 minutes de discussion avec le jury.
Test niveau d'anglais B1 cadre européen	3,5h	ANGLAIS – Certification Linguaskill from Cambridge	
Expérience professionnelle M1	49h	Accompagnement des apprenants dans des modules transversaux (Apprendre à Apprendre, Accueil, Bilan, Secondes sessions, Travaux de groupes, Formation à l'outil SPHINX, DCF Challenge).	
RSE Gestion et management de projet nature événementiel, marketing ou commercial et communication	73,5	Création d'un projet en équipe de la conception à la réalisation. Management et cohésion d'équipe. Savoir se positionner dans une situation opérationnelle d'action événementielle et de communication.	3 étapes de validation de groupe Remise d'un dossier écrit de présentation + soutenance du projet devant jury.

[Tapez ici]

<p>appliquée</p>		<p>Mise en œuvre d'un plan d'actions en cohérence avec les objectifs fixés. Savoir mobiliser, présenter les moyens humains, financiers, techniques, logistiques, matériels à la réalisation du projet. Anticiper, planifier, organiser, budgétiser, analyser, présenter. Communication appliquée à la gestion de projet : recommandations stratégiques et cohérence des choix médias. Relations presse et élaboration d'un communiqué de presse. Atelier Indesign et Photoshop : Savoir concevoir un document promotionnel : affiche, flyer...</p>	<p>20 à 30 minutes de soutenance orale et 10 à 15 minutes d'échanges en fonction des étapes.</p> <p><u>1^{ère} étape</u> Définition du concept, élaboration du cahier des charges, validation de la faisabilité.</p> <p><u>2^{ème} étape</u> Présentation et validation de la stratégie de communication, plan et choix des outils de communication.</p> <p><u>3^{ème} étape</u> Soutenance finale du projet après réalisation : mise en scène de présentation du projet, reporting, analyse et bilan.</p>
<p>Marketing produit et stratégie de marque</p>	<p>28h</p>	<p>Savoir intégrer l'ensemble des maillons de la chaîne marketing, stratégique et opérationnel permettant la création d'un produit ou d'un service innovant : étude de marché, de la commercialisation de produit, détermination de la clientèle cible, conception du cahier des charges du produit innovant, réalisation d'un mix-marketing complet pour le positionnement du produit sur son marché. Possibilité de réaliser un prototype.</p>	<p>Travail de groupe. Dossier écrit > production d'un cahier des charges (20 pages) et soutenance orale sous forme de pitch.</p>
<p>Merchandising / Branding Cours dispensés en anglais</p>	<p>28h</p>	<p>Appréhender l'inbound marketing au travers de la stratégie de marque par le merchandising, le design d'espace : comment ré-enchanter le lieu de vente, analyse du parcours shopper, la posture UX... Phase théorique : Etudes des mécanismes et enjeux du merchandising Phase pratique : PBL ou Project Based learning.</p>	<p>Travail de groupe, les étudiants seront amenés à travailler en groupe et à appliquer ces théories sur des projets qu'ils auront eux-mêmes construits. Remise d'un dossier de présentation et soutenance orale en anglaise.</p>

[Tapez ici]

Anglais commercial et professionnel Préparation au test Cours dispensés en anglais	35h	Comprendre, être en capacité d'échanger en anglaise professionnel. Préparer les étudiants à l'obtention du test TOEIC. Entraînement aux tests écrits, corrections.	Pas d'évaluation
Stratégie digitale / webmarketing / e-business – e-commerce	21h	Analyser et savoir recommander les outils et techniques du webmarketing dans le cadre d'un projet de E-business et E-commerce	Présentation de projet webmarketing de produit ou de service par groupe sous forme écrite et orale.
Management appliqué	14h	Exercices pratiques de cas concrets, mise en situation et analyse des expériences en entreprise. Focus "gestion de conflit" Développer une sensibilité au "raisonnement managérial" Assertivité, prise de recul, esprit d'analyse, curiosité intellectuelle, capacité de dialogue.	Workshop
Négociation et techniques de commercialisation	10,5h	Exercices pratiques de mise en situation de négociation (nationale et internationale)	Workshop
Réunion tuteurs	3,5h	Information et échange avec les tuteurs en entreprise	
Team building	3,5h	Journée d'intégration promotion	Workshop
2ème année de Master (SUSCEPTIBLE DE MODIFICATIONS)			
Comportement du consommateur	35h	Identifier les principales variables influençant le consommateur ; plus particulièrement avec des méthodes qualitatives permettant de comprendre le sens des usages et des attentes client	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Marketing stratégique	52,5h	Traduire la stratégie de l'entreprise en stratégie marketing (offre, produit, marque) <ul style="list-style-type: none"> • Connaître et comprendre l'environnement et les facteurs-clés de succès sur le marché ; • Identifier les ressources et compétences mobilisables et pouvant constituer des avantages concurrentiels ; 	Projet : Réalisation en groupe (3 à 5 élèves) d'un travail d'audit d'une entreprise (position sur le marché, ressources et organisation, recommandations stratégiques) dont les résultats sont

[Tapez ici]

		<ul style="list-style-type: none"> Formuler et conduire la stratégie au sein de l'organisation 	présentés sous forme écrite (rapport de 25 à 30 pages au format académique) et soutenus par le groupe d'élèves
Retail : intégration physique et digitale	35h	Lancer et développer une offre de produits/services Concevoir et développer une stratégie : de digitalisation de la distribution physique ; de digitalisation du point de vente et de transformation du modèle de distribution dans son ensemble.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
E-business logistique	35h	Intégrer le digital dans la stratégie et l'opérationnel Identifier les différents modes de commerce Aborder la gestion de l'expérience client dans l'omnicanal	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Impact des données sur le marketing et la vente	35h	Fournir à l'élève la connaissance des mécanismes de génération et maîtrise des données marketing et de ventes ; apprendre à exploiter les données dans un cadre décisionnel ou opérationnel	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Marketing en contexte B to B	35h	Comprendre les spécificités du marketing appliqué aux relations d'entreprises à entreprises	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
L'entrepreneuriat	35h	Comprendre les dynamiques des marchés afin d'identifier l'activité la plus pertinente à développer ; <ul style="list-style-type: none"> développer de nouveaux business-models, et savoir mettre en œuvre une stratégie ; savoir construire un business-plan, évaluer les risques liés à l'activité envisagée et promouvoir son idée auprès d'investisseurs. maîtriser les conséquences juridiques et fiscales du choix de la forme 	Projets Réalisation en groupe (3 à 5 élèves) d'un travail de création d'entreprise innovante ou d'une nouvelle activité au sein d'une entreprise (innovation produit/service ou distribution ; approche marketing, business-model...) dont les résultats sont présentés sous forme écrite (rapport de 25 à 30 pages) et soutenus par le groupe d'élèves (15 minutes de soutenance plus des questions du jury).

[Tapez ici]

La stratégie d'internationalisation	35h	<p>Pouvoir utiliser les outils de diagnostic stratégique proposés dans le cadre de l'exploitation de situation réelles.</p> <p>Participer de façon active à la mise en œuvre des moyens et des solutions appropriées à une stratégie d'internationalisation clairement identifiée.</p>	L'évaluation repose sur des études de cas à traiter en équipe de 5 personnes, et sur un examen individuel final.
Gestion des comptes clés et négociation des affaires	35h	<p>Management d'un compte-clé, de gestion d'un processus d'affaires et de la négociation dans des situations à fort enjeu.</p> <p>Maîtriser les principales conséquences juridiques de la conclusion d'un contrat</p>	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Mémoire Master	49h	<p>Mobiliser l'ensemble des connaissances acquises sur un cas d'entreprise, afin de développer la capacité à diagnostiquer, à décider et à mettre en œuvre ;</p> <ul style="list-style-type: none">prendre de la distance par rapport à son expérience en exerçant son analyse au regard des théories et des cadres conceptuels mobilisés dans la littérature académique dans le domaine marketing	<p>Rédiger un mémoire 80 à 100 pages (hors annexes) en format académique. Le sujet du mémoire sera en rapport avec une activité développée dans le cadre d'une mission en entreprise pour laquelle l'élève devra avoir comme objectif d'améliorer sa performance et sa rentabilité sur le marché.</p> <p>Soutenance 15 à 20 minutes de présentation par l'élève, puis discussion avec le jury de 20 à 25 minutes</p>
Accompagnement et rattrapage	14h	Accompagnement des apprenants dans des modules transversaux (Accueil, Bilan, Secondes sessions, Travaux de groupes, e-portfolio, tutorat individuel sur le Mémoire	
Projet Business Development	54,5h	<p>Travailler sur des cas réels d'actions de développement commercial sur un secteur d'activité ou sur un produit</p> <p>Définir les priorités de l'action commerciale en regard de la stratégie</p> <p>Analyser son marché et adapter le plan d'actions commerciales</p>	Dossier d'une vingtaine de pages à rédiger et soutenance orale

[Tapez ici]

		Décider des actions et construire son business plan Déployer le plan d'actions commerciales.	
Stratégie de recrutement et engagement clients	35,5h	Comprendre les enjeux du bilan carbone. Décryptez le concept de neutralité carbone et identifier les clés de lecture pour faire le tri entre effets d'annonce et réelles ambitions.	Pas d'évaluation
Marketing responsable	28h	Familiarisation avec les différents concepts et compréhension des éléments et enjeux avant la mise en place d'un marketing responsable Réaliser un diagnostic d'une entreprise en s'appuyant sur une démarche de design thinking. Mettre en place un Business Model. Comprendre l'aspect social de l'accompagnement à la transition et appliquer la démarche au Marketing.	Dossier écrit de 10 à 15 pages
Communication à l'international	28h	Comprendre les bases de la communication dans un contexte international et dans un environnement en constante évolution, afin de les mettre en pratique	Mise en pratique sur un cas par groupe de 4 à 5 élèves, constitution d'un dossier d'une dizaine de pages
Gestion du temps	8h	Prendre conscience de la notion de temps dans l'organisation. Apprendre à maîtriser la gestion de son temps et celle de ses collaborateurs	
International trade & Negotiation	35h	Elaborer une stratégie achats, sélectionner et évaluer les fournisseurs actuels et potentiels, mise en place de procédures à l'international	Dossier écrit + présentation orale / équipe
Leadership et assertivité	14h	Découvrir l'assertivité comme levier d'amélioration de ses performances, de son efficacité personnelle et de son leadership. Mettre en œuvre les techniques d'affirmation de soi.	Pas d'évaluation

[Tapez ici]



PLANNING PREVISIONNEL 2^{ème} Année | 2023 - 2024

2023												2024																							
Septembre			Octobre			Novembre			Décembre			janvier			Fevrier			Mars			avril			Mai			Juin			Juillet			Aout		
1	V		D		M	Toussaint	V			1	L	1er de l'an	J		V			1	L	Lundi de Pâque	M	1er mai	S			1	L		J						
2	S		L		J		S			2	M		V		S			2	M		J		D			2	M			V					
3	D		M		V		D			3	M		S		D			3	M		V		L			3	M			S					
4	L		M		S		L			4	J		D		L			4	J		S		M			4	J	Mémoire	D						
5	M		J		D		M			5	V		L		M			5	V		D		M			5	V	Mémoire bilan	L						
6	M		V		L		M			6	S		M		M			6	S		L		J			6	S			M					
7	J		S		M		J			7	D		M		J			7	D		M		V			7	D			M					
8	V		D		M		V			8	L		J		V			8	L		M	08-mai-45	S			8	L			J					
9	S		L		J		S			9	M		V		S			9	M		J	Ascension	D			9	M			V					
10	D		M		V		D			10	M		S		D			10	M		V		L			10	M			S					
11	L		M		S	Armistice	L			11	J		D		L			11	J		S		M			11	J			D					
12	M		J		D		M			12	V		L		M			12	V		D		M			12	V			L					
13	M		V		L		M			13	S		M		M			13	S		L		J			13	S			M					
14	J		S		M		J			14	D		M		J			14	D		M		V			14	D	Fête nationale	M						
15	V		D		M		V			15	L		J		V			15	L		J		S			15	L			J	Assomption				
16	S		L		J		S			16	M		V		S			16	M		J		D			16	M			V					
17	D		M		V		D			17	M		S		D			17	M		V		L			17	M			S					
18	L		M		S		L			18	J		D		L			18	J		S		M			18	J			D					
19	M		J		D		M			19	V		L		M			19	V		D		M			19	V			L					
20	M		V		L		M			20	S		M		M			20	S		L	Lundi de Pentecôte	J			20	S			M					
21	J		S		M		J			21	D		M		J			21	D		M		V			21	D			M					
22	V		D		M		V			22	L		J		V			22	L		M		S			22	L			J					
23	S		L		J		S			23	M		V		S			23	M		J		D			23	M			V					
24	D		M		V		D			24	M		S		D			24	M		V		L			24	M			S					
25	L		M		S		L	Noël		25	J		D		L			25	J		S		M			25	J			D					
26	M		J		D		M			26	V		L		M			26	V		D		M			26	V			L					
27	M		V		L		M			27	S		M		M			27	S		L		J			27	S			M					
28	J		S		M		J			28	D		M		J			28	D		M		V			28	D			M	Rattrapages				
29	V		D		M		V			29	L		J		V			29	L		M		S			29	L			J					
30	S		L		J		S			30	M		V		S			30	M		J		D			30	M			V					
31			M		D					31	M				D			31	M		V					31	M			S					

Version Mars 2022 – sous réserve de modifications
 La formation se déroule de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h