

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
COMMERCE DISTRIBUTION**

Master Droit, Economie et Gestion

Mention marketing vente, parcours marketing intégrés 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.



OBJECTIFS ET VALIDATION DU DIPLÔME OU DU TITRE

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 pour mettre en œuvre un management efficace.

Perspectives d'emploi

Activités visées :

- Etude et analyse du comportement du consommateur
- Participation aux actions stratégiques relatives au marketing et au commerce
- Contrôle de l'évolution des marchés
- Veille concurrentielle
- Management des équipes
- Appréhension d'une organisation de manière globale
- Gestion d'une offre de produits ou services
- Maîtrise des règles de droit commercial
- Négociation avec les fournisseurs
- Compréhension de la chaîne logistique
- Intégration du digital dans l'ensemble des activités

Secteurs d'activité :

- Commerce et Distribution



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 projet managérial en 1^{ère} année et un mémoire en 2nd année*
- Obtention d'un score de niveau B1 au test Linguaskill from Cambridge



MOYENS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Modalités pédagogiques

Le CFP Ecole Nantaise de Commerce, l'ISFFEL 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 de l'ISFFEL, ainsi que des professionnels suivant les matières enseignées.

Locaux et équipements

Locaux du CFP ENC au cœur de Nantes et du CNAM des Pays de la Loire à 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 525h la 1^{ère} année puis de 490h la 2^{ème} année.

Rythme : en moyenne 1 semaine/mois en formation pour 3 semaines en entreprise.

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 ou de professionnalisation : **pas de frais de formation**

Coût de la formation pour l'employeur

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

Frais de formation : **8400 euros pour l'année**



LIEUX DE FORMATION ET CONTACTS

Lieux de la formation

CFP ENC CFA
1 place de la Bourse
44000 NANTES

CNAM Pays de la Loire
25 bd Guy Mollet
44300 NANTES

Contacts

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

Assistante de formation
Maëva DE SOUSA BRANDAO
mde sousabrand@enc-nantes.fr

Responsable de formation ISFFEL
Mégane BERNARD
bernard@isffel.fr



CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
1ère année de Master (susceptible de modifications) 2022-2023			
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]

Principes 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 cyber sécurité 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).	
Négociation	28h	Etre capable de négocier avec les fournisseurs. Développer des capacités de négociateurs dans une logique pérenne et durable.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise.

[Tapez ici]

Merchandising / Univers de Vente	28h	Exposer les objectifs, principes et applications du merchandising, tant qualitatif que quantitatif. Présenter sa mise en œuvre en tant qu'élément du marketing mix. Développer et comprendre les règles du E-Merchandising.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise.
Droit Commercial	28h	Comprendre la portée des principales règles de validité des contrats. Identifier les clauses illicites ou au contraire indispensables selon le type de contrats. Comprendre la répartition de la valeur ajoutée dans les filières.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Supply Chain Management	21h	Pouvoir comprendre et échanger avec les logisticiens sur les contraintes liées à la gestion de la chaîne logistique globale.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise.
Distribution et Achats	14h	Comprendre les métiers de l'achat. Mettre en place une stratégie d'achat.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise.
Management opérationnel	21h	Mise en application des notions clés du management d'équipe. Développement de son intelligence relationnelle et de son leadership.	Evaluation individuelle ou collective sur des projets.
Préparation Linguaskill	14h		

2ème année de Master (susceptible de modifications) 2023-2024

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) - 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 ; - formuler et conduire la stratégie au sein de l'organisation.	Projet : Réalisation en groupe (3 à 5 élèves) d'un travail d'audit d'une entreprise (position sur le marché, ressource et organisation, recommandations stratégiques) dont les résultats sont présentés sous forme écrite (rapport de 25 à 30 pages au format académique) et

[Tapez ici]

			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 e-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 ; - 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).
Marketing responsable	35h	Intégrer de nouveaux enjeux dans le marketing de l'entreprise qu'il s'agisse des problématiques de développement durable, d'éthique ou encore de responsabilité sociale, sociétale et environnementale.	L'évaluation repose sur des études de cas à traiter en équipe de 5 personnes, et sur un examen individuel final.

[Tapez ici]

		Identifier définir et mettre en œuvre les pratiques relevant du marketing responsable	
Gestion des comptes-clés et négociation des affaires	35h	Management d'un compte-clé, de gestion d'un processus d'affaires et de la négociation dans des situations à fort enjeu. Maîtriser les principales conséquences juridiques de la conclusion d'un contrat	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Mémoire Master	49h	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 ; - 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	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 profitabilité sur le marché. Soutenance 15 à 20 minutes de hprésentation par l'élève, puis discussion avec le jury de 20 à 25 minutes
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)	
Management des Services	21h	Comprendre les principales caractéristiques des services. Construire une stratégie de qualité de service en lien avec la politique commerciale. Construire des outils de mesure de la satisfaction client et mettre en place des actions correctrices.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Innovation, créativité et gestion du changement	21h	Mettre en place des cellules de veille, d'innovation et de créativité pour faire évoluer l'entreprise. Développer des techniques d'animation de groupe pour une solution collective en créativité.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Management et gestion des compétences	21h	Savoir accompagner la mise en place d'une politique RH opérationnelle, visant à intégrer des talents en magasin.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise

[Tapez ici]

Management des équipes commerciales	14h	Comprendre et mobiliser les principaux cadres et outils du management d'équipe. Développer son leadership. Organiser sa force de vente	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Pilotage de la performance	17,5h	Savoir utiliser les tableaux de bord et les outils du contrôle de gestion pour piloter l'activité d'un centre de profit.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise



[Cliquez ici]

PLANNING PREVISIONNEL 2ème année | 2023 - 2024

	2023					2024									
	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		janvier	Fevrier	Mars		avril	Mai	Juin		Juillet	Aout
1	V	D	M	V	1	L	J	V	1	L	M	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	D
5	M	J	D	M	5	V	L	M	5	V	D	M	5	V	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	S	8	L	J
9	S	L	J	S	9	M	V	S	9	M	J	D	9	M	V
10	D	M	V	D	10	M	S	D	10	M	V	L	10	M	S
11	L	M	S	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	J
15	V	D	M	V	15	L	J	V	15	L	M	S	15	L	J
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	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	H	M	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	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
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