

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**  
**Business Developer**

# 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
- Négociation
- Développement commercial
- 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
- 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 du CNAM des Pays de la Loire à St Nazaire

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.



## 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<sup>ère</sup> année puis de 490h la 2<sup>ème</sup> 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

Intégration à partir du mois de septembre



## TARIFS

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 la formation : 8 400 €/an

Pour l'alternant : Statut salarié : pas de frais de formation. Contrat d'apprentissage.



## LIEU DE FORMATION ET CONTACTS

### Lieu de la formation

CFP ENC CFA  
1 place de la Bourse  
44000 NANTES

CNAM Pays de la Loire  
Bd DE L'UNIVERSITE  
44603 ST NAZAIRE

### Contacts

► Claire SAULNIER - Responsable de formation  
[craulnier@enc-nantes.fr](mailto:craulnier@enc-nantes.fr)

► Maëva DE SOUSA BRANDAO - Assistante de formation  
[mdesousabrand@enc-nantes.fr](mailto:mdesousabrand@enc-nantes.fr)



## CONTENU PÉDAGOGIQUE 1<sup>ère</sup> année | 2022 - 2023

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
<b>1<sup>ERE</sup> ANNEE DE MASTER (SUSCEPTIBLE DE MODIFICATIONS)</b>			
<b>Management commercial</b>	35	Mettre en place et manager des équipes complémentaires, transversales ou interculturelles.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise.
<b>Anglais commercial</b>	52,5	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.
<b>Principes des études de marché</b>	52,5	Commanditer ou réaliser des études qualitatives ou quantitatives.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise.
<b>Gestion de la relation Customer Relationship management</b>	35	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.
<b>La stratégie commerciale</b>	52,5	Définir la politique commerciale, développer un plan d'action commerciale.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise.
<b>Marketing dans un univers digital</b>	35	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.

<b>Les méthodes de recherche en marketing et projet</b>	56	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.
<b>Test niveau d'anglais B1 cadre européen</b>	3,5	ANGLAIS – Certification Linguaskill from Cambridge	
<b>Expérience professionnelle M1</b>	49	Accompagnement des apprenants dans des modules transversaux (Apprendre à Apprendre, Accueil, Bilan, Secondes sessions, Travaux de groupes, Formation à l'outil SPHINX, DCF Challenge).	
<b>Communication à l'international</b>	14	Comprendre les bases de la communication dans un contexte international et dans un environnement en constante évolution, afin de les mettre en pratique	Réalisation d'un travail de groupe soutenance orale en anglais
<b>International trade &amp; Negotiation</b>	35	Recueillir et analyser l'information. Effectuer la gestion de projet. Développer des aptitudes de pensée critique. Communiquer et interagir dans le contexte du projet. Travailler efficacement en équipe. Maîtriser le vocabulaire du commerce international. Analyser l'organisation export d'une entreprise. Recommander des solutions d'exportation pertinentes et opérationnelles. Négocier une offre d'exportation.	Dossier écrit + présentation à l'orale / équipe
<b>Gestion des grands comptes</b>	14	Comprendre les organisations et fonctionnements des grands comptes. Cartographier les décideurs/influenceurs/interlocuteurs et établir une "Power Map". Générer un business durable et passer de fournisseur à partenaire	Contrôle écrit

<b>Digital et nouveaux Business models</b>	14	Comprendre l'impact sur le fonctionnement des entreprises et les opportunités offertes par le Digital. Les démarche de création de valeur dans un monde numérique. Les business model des acteurs qui réussissent.	
<b>Co design et innovation</b>	7	Résolution de problèmes complexes Pensée critique Innovation Créativité et collaboration...	
<b>Stratégie de recrutement et engagement clients</b>		Savoir analyser la structure de son portefeuille clients. Savoir utiliser les outils de suivi clientèle (ERP/CRM) pour engager des clients. Savoir Implémenter un outil ERP/CRM (Salesforce). Savoir utiliser la démarche de l'Inbound marketing pour recruter des clients.	Evaluation individuelle sur la programmation de l'ERP
<b>Préparation Linguaskills</b>	14	Préparation au test niveau B1	



## CONTENU PÉDAGOGIQUE 2<sup>ème</sup> année | 2023 - 2024

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
<b>2<sup>EME</sup> ANNEE DE MASTER (SUSCEPTIBLE DE MODIFICATIONS)</b>			
<b>Comportement du consommateur</b>	35	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
<b>Marketing stratégique</b>	52,5	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 soutenus par le groupe d'élèves.
<b>Retail : intégration physique et digitale</b>	35	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
<b>E- business – Logistique</b>	35	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
<b>Impact des données sur le marketing et la vente</b>	35	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
<b>Marketing en contexte B to B</b>	35	Comprendre les spécificités du marketing appliqué aux relations d'entreprises à entreprises	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
<b>L'entreprenariat</b>	35	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).
<b>Marketing responsable</b>	35	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. Identifier définir et mettre en œuvre les pratiques relevant du marketing responsable.	L'évaluation repose sur des études de cas à traiter en équipe de 5 personnes, et sur un examen individuel final.
<b>Gestion des comptes-clés et négociation des affaires</b>	35	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
<b>Mémoire Master</b>	49	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 rentabilité sur le marché. Soutenance 15 à 20 minutes de présentation par l'élève, puis discussion avec le jury de 20 à 25 minutes
<b>Accompagnement et rattrapage</b>	14	Accompagnement des apprenants dans des modules transversaux (Accueil, Bilan, Secondes sessions, Travaux de groupes, e-portfolio, tutorat individuel sur le Mémoire)	

<b>Leadership et management commercial</b>	14	Comprendre son environnement et adopter les bonnes démarches Développer son leadership dans un monde en mouvement Qu'attendent les entreprises des nouveaux managers ?	
<b>Gestion de conflits</b>	14	Savoir analyser une situation conflictuelle Comprendre les causes et les conséquences du conflit Savoir identifier les acteurs du système Expérimenter les méthodes de gestion de conflits Savoir identifier les signes précurseurs pour prévenir les conflits	
<b>Gestion du temps</b>	14	Prendre du recul sur sa propre gestion du temps. Prendre conscience de la problématique et de ses conséquences sur les organisations et les individus. Tester et repartir avec des outils et de bonnes pratiques.	
<b>Anglais des affaires</b>	35	Etre en capacité de présenter en anglais son activité, une offre de produits et de services. Pouvoir négocier et défendre ses positions commerciales de façon pertinente.	Evaluation orale
<b>Négociation</b>	14	Identifier quelle stratégie de négociation utiliser selon les contextes Mesurer l'intérêt de la stratégie des gains mutuels Décrypter les stratégies de négociation de l'autre pour mieux s'adapter Conduire une négociation gain mutuelle en s'appuyant sur la Méthode de l'Université d'Harvard Débriefing une négociation pour en tirer des pratiques efficaces et à risques Gérer de manière constructive la tension entre les aspects compétitifs et coopératifs de la négociation Bâtir des accords applicables et durables Appréhender leur style de négociateur et d'en mesurer l'impact	Evaluation orale sur des cas réels d'entreprise
<b>Conférence</b>	3.5	A définir	





# PLANNING PREVISIONNEL 2<sup>ème</sup> 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	Lundi de Pâques	M	1er mai	S	1	L	J	
2	S	L	J		S			2	M	J			D	2	M	V	
3	D	M	V		D			3	M	V			L	3	M	S	
4	L	M	S		L			4	J	S			M	4	J	D	
5	M	J	D		M			5	V	D			M	5	V	L	
6	M	V	L		M			6	S	L			J	6	S	M	
7	J	S	M		J			7	D	M			V	7	D	M	
8	V	D	M		V			8	L	M	08-mai-45		S	8	L	J	
9	S	L	J		S			9	M	J	Ascension		D	9	M	V	
10	D	M	V		D			10	M	V			L	10	M	S	
11	L	M	S	Armistice	L			11	J	S			M	11	J	D	
12	M	J	D		M			12	V	D			J	12	V	L	
13	M	V	L		M			13	S	L			M	13	S	M	
14	J	S	M		J			14	D	M			V	14	D	Fête nationale	M
15	V	D	M		V			15	L	M			S	15	L	J	Assomption
16	S	L	J	H	S			16	M	J			D	16	M	V	
17	D	M	V	H	D			17	M	V			L	17	M	S	
18	L	M	S		L			18	J	S			M	18	J	D	
19	M	J	D		M			19	V	D			M	19	V	L	
20	M	V	L		M			20	S	L	Lundi de Pentecôte		J	20	S	M	
21	J	S	M		J			21	D	M			V	21	D	M	
22	V	D	M		V			22	L	M			S	22	L	J	
23	S	L	J		S			23	M	J			D	23	M	V	
24	D	M	V		D			24	M	V			L	24	M	S	
25	L	M	S		L	Noël		25	J	S			M	25	J	D	
26	M	J	D		M			26	V	L			M	26	V	L	
27	M	V	L		M			27	S	M			M	27	S	M	
28	J	S	M		J			28	D	M			J	28	D	M	Rattrapage
29	V	D	M		V			29	L	J			V	29	L	J	
30	S	L	J		S			30	M	M			D	30	M	V	
31		M	D		D			31	M	V			S	31	M	S	

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

