

Siret : 442 293 734 00012

N° de déclaration d'activité : FPC52440410944

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

PARCOURS
CHEF DE PROJET
COMMUNICATION ET DIGITAL

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.



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 à la communication
- Contrôle de l'évolution des marchés
- Veille globale au service de la création de contenu
- Management des équipes
- Appréhension globale d'une organisation
- Gestion d'une offre de produits ou services
- Compréhension des enjeux de la communication au profit d'une stratégie marketing
- Intégration du digital dans l'ensemble des activités de communication
- Acquérir des compétences et une vision globale des enjeux et des acteurs de la communication et marketing
- Accompagner les entreprises dans leur stratégie de communication/marketing digital

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^{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

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 $\geq$ 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

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

Contacts

- Magali MENTZER - Responsable de formation
mmentzer@enc-nantes.fr
- Maëva DE SOUSA BRANDAO- Assistante de formation
mdesousabrand@enc-nantes.fr
- Magali MENTZER- Responsable relations
Entreprises : mmentzer@enc-nantes.fr



CONTENU PÉDAGOGIQUE 1^{ère} année | 2022 - 2023

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
1^{ère} ANNEE DE MASTER (SUSCEPTIBLE DE MODIFICATIONS)			
Management commercial	35	Mettre en place et manager des équipes complémentaires, transversales ou interculturelles.	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise.
Anglais commercial	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.
Principes des études de marché	52,5	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	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.
La stratégie commerciale	52,5	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	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.

Les méthodes de recherche en marketing et projet	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.
Test niveau d'anglais B1 cadre européen	3,5	ANGLAIS – Certification Linguaskill from Cambridge	
Expérience professionnelle M1	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).	
Les attributs et fonctions de la marque	14	• Connaître et identifier les différentes caractéristiques d'une marque • Connaître et savoir élaborer une plateforme de marque	Evaluation individuelle ou collective sur des cas proposés en lien avec l'entreprise d'alternance.
Media-planning et budgétisation	14	• Identifier les medias les plus adaptés et savoir définir un mediaplanning • Budgétiser toute action de promotion via les media	Absence d'évaluation
Stratégie de communication	14	• Acquérir les notions fondamentales relatives à l'élaboration d'un plan de communication • Savoir élaborer un plan de communication de A à Z en fonction d'une problématique annonceur	Evaluation individuelle ou collective dans le cadre d'un cas annonceur
Outils de création	14	• Apprendre ou renforcer l'utilisation des outils de création • Savoir s'adapter aux différents outils de création • Apprendre ou renforcer les règles de création graphique	Absence d'évaluation

Attitudes et comportements de la cible	14	• Etre en mesure de mener une veille relative aux habitudes et comportements de cibles différentes • Savoir utiliser les informations collectées au sujet d'une cible particulière afin d'élaborer une stratégie digitale	Absence d'évaluation
Stratégie des réseaux sociaux	14	• Savoir définir les réseaux adaptés • Savoir mettre en place des actions de social ads • Etre en mesure de proposer des actions de mesure	Théorie appliquée à des cas, individuel ou groupe
Création de contenu	28	• Savoir adapter son discours en fonction d'une cible et d'un support • Savoir adapter les tonalités • Etre en mesure de rédiger des contenus rédactionnels pertinents	Exercices de rédaction dans le cadre de cas pratiques, individuel ou collectif, évaluation dans le cadre du challenge
Création de contenu vidéo	14	Savoir créer du contenu vidéo informatif, commercial et institutionnel Savoir créer du contenu vidéo en fonction des réseaux sociaux	Absence d'évaluation
Etude de cas digital	14	Savoir répondre à une demande réelle d'un annonceur en matière de stratégie de contenu web	Evaluation en équipe
Propriété intellectuelle	7	Maîtriser les bases de propriété intellectuelle et droit d'image pour toute création de publicité	Absence d'évaluation
Préparation Linguaskill	7	Séance de Toeic blanc	

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
2^{EME} ANNEE DE MASTER (SUSCEPTIBLE DE MODIFICATIONS)			
Comportement du consommateur	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
Marketing stratégique	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.
Retail : intégration physique et digitale	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
E- business – Logistique	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

Impact des données sur le marketing et la vente	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
Marketing en contexte B to B	35	Comprendre les spécificités du marketing appliqué aux relations d'entreprises à entreprises	Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise
Marketing responsable	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
L'entrepreneuriat	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).
Gestion des comptes-clés et négociation des affaires	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

Mémoire Master	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
Accompagnement et rattrapage	14	Accompagnement des apprenants dans des modules transversaux (Accueil, Bilan, Secondes sessions, Travaux de groupes, e-portfolio, tutorat individuel sur le Mémoire)	
Stratégie digitale dédiée à la communication institutionnelle/ RH, stratégie marque employeur	14	Etre en mesure de définir un plan de communication externe dédié à l'image institutionnelle et à la marque employeur	Fiche conseil évaluée
Création de contenu audio	14	Savoir choisir les outils adaptés au contenu audio Savoir créer des messages adaptés	Absence d'évaluation

Relations presse / Stratégie influenceurs	24,5	Savoir définir un plan de relations Presse Connaître et concevoir les principaux outils destinés à la presse Savoir intégrer les influenceurs dans une stratégie de communication	Evaluation écrite individuelle
Partenariats : mécénat et sponsoring	14	Connaître les principaux types de partenariats Etre en mesure de définir des stratégies de communication adaptées aux types de partenariats	Absence d'évaluation
Evénementiel digitalisé	21	Etre en mesure de réfléchir et proposer la création d'un événement hybride, digital	Evaluation collective
Communication interne	7	Connaître les enjeux et les acteurs de la communication interne Savoir animer des réseaux internes, des communautés internes	Absence d'évaluation



Version Mars 2022 – sous réserve de modifications

La formation se déroule de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h

PLANNING PREVISIONNEL 1^{ère} Année | 2022 - 2023

Septembre 2022				Octobre 2022				Novembre 2022				Décembre 2022			
1 J				1 S				1 M				1 J			
2 V				2 D				2 M				2 V			
3 S				3 L	40			3 J				3 S			
4 D				4 M				4 V				4 D			
5 L				5 M				5 S				5 L	47		
6 M				6 J				6 D				6 M			
7 M	M	M		7 V				7 L	46			7 M			
8 J				8 S				8 M				8 J	H	H	
9 V				9 D				9 M				9 V	H	H	
10 S				10 L				10 J				10 S			
11 D				11 M				11 V				11 D			
12 L	37			12 M				12 S				12 L	50		
13 M				13 J				13 D				13 M			
14 M				14 V				14 L				14 M			
15 J				15 S				15 M				15 J			
16 V				16 D				16 M				16 V			
17 S				17 L	H	H		17 J				17 S			
18 D				18 M	H	H		18 V				18 D			
19 L	38			19 M				19 S				19 L	51		
20 M				20 J	Tuteurs			20 D				20 M			
21 M				21 V				21 L	47			21 M			
22 J				22 S				22 M				22 J			
23 V				23 D				23 M				23 V			
24 S				24 L				24 J				24 S			
25 D				25 M				25 V				25 D			
26 L	H	H		26 M				26 S				26 L	52		
27 M				27 J				27 D				27 M			
28 M				28 V				28 L	48			28 M			
29 J				29 S				29 M				29 J			
30 V				30 D				30 M				30 V			
31 L				31 L				31 S				31 S			

Janvier 2023				Février 2023				Mars 2023				Avril 2023				Mai 2023				Juin 2023				Juillet 2023				Août 2023			
1 D				1 M				1 M				1 S				1 L	16			1 J				1 S				1 M			
2 L	1			2 J				2 J				2 D				2 M				2 V				2 D				2 M			
3 M				3 V				3 V				3 L	14			3 M				3 S				3 L	PM	PM		3 J			
4 M				4 S				4 S				4 M				4 J				4 D				4 M	PM	PM		4 V			
5 J				5 D				5 D				5 M				5 V				5 L	23			5 M		bilan		5 S			
6 V				6 L	6			6 L	10			6 J				6 S				6 M				6 J				6 D			
7 S				7 M				7 M				7 V				7 D				7 M				7 V				7 L	32		
8 D				8 M				8 M				8 S				8 L	19			8 J				8 S				8 M			
9 L	H	H		9 J				9 J				9 D				9 M	3			9 V				9 D				9 M			
10 M				10 V				10 V				10 L	15			10 M				10 S				10 L	28			10 J			
11 M				11 S				11 S				11 M				11 J				11 D				11 M				11 V			
12 J				12 D				12 D				12 M				12 V				12 L	24			12 M				12 S			
13 V				13 L	H	H		13 L	11			13 J				13 S				13 M				13 J				13 D			
14 S				14 M	M	M		14 M				14 V				14 D				14 M				14 V				14 L	33		
15 D				15 M	M	M		15 M				15 S				15 L	20			15 J				15 S				15 M			
16 L				16 J				16 J				16 D				16 M				16 V				16 D				16 M			
17 M				17 V				17 V				17 L	H	H		17 M				17 S				17 L	29			17 J			
18 M				18 S				18 S				18 M				18 J				18 D				18 M				18 V			
19 J				19 D				19 D				19 M				19 V				19 L	25			19 M				19 S			
20 V				20 L	3			20 L	H	H		20 J				20 S				20 M				20 J				20 D			
21 S				21 M				21 M				21 V				21 D				21 M				21 V				21 L	34		
22 J				22 D				22 M				22 S				22 L				22 J				22 S				22 M			
23 L	4			23 J				23 J				23 D				23 M				23 V				23 D				23 M			
24 M				24 V				24 V				24 L	3			24 M				24 S				24 L	30			24 J			
25 M				25 S				25 S				25 M				25 J	H	H		25 D				25 M				25 V			
26 J				26 D				26 D				26 M				26 V	H	H		26 L	H	H		26 M				26 S			
27 V				27 L	5			27 L	13			27 J				27 S				27 M	H	H		27 J				27 D			
28 S				28 M				28 M				28 V				28 D				28 M	M	M		28 V				28 L	Rattrapages		
29 D				29 M				29 M				29 S				29 L	22			29 J	M	M		29 S				29 M			
30 L	5			30 J				30 J				30 D				30 M	H	H		30 V	M	M		30 D				30 M			
31 M				31 V				31 V				31 M				31 M				31 L				31 L	31			31 J			

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



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 Pâques	M	1er mai	S				1	L		J		
2	S		L			J			S			2	M	H	H	V		S			2	M		J			D			2	M		V		
3	D		M			V			D			3	M			S		D			3	M		V			L			3	M		bilan	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	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	H	H	M			13	S			M		M			13	S		L			J			13	S			M	
14	J		S			M	H	H	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		M			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	H	H	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	H	H	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				S				30	M		J			D			30	M			V	
31			M						D			31	M				D				31			V						31	M			S	

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

