



Master - MR11801A

Marketing dans un monde digital en alternance

Crédits : 120 ECTS Niveau d'entrée : Bac +3 – Niveau de sortie : Bac +5 – Diplôme reconnu par l'État

Public concerné et conditions d'accès :

Formation initiale sous statut d'alternant :

- Accessible aux étudiants, étudiantes titulaires d'un Bac+3
- Étude du dossier et des motivations
- Réussite de l'entretien

Objectifs de la formation :

Ce cursus a pour objectif de fournir aux managers les moyens :

- d'anticiper les évolutions de la fonction mercatique-vente et de devenir des acteurs du changement
- de créer et mettre en place des stratégies mercatiques adaptées aux spécificités de l'entreprise et de son marché
- de maîtriser les outils et techniques mercatiques
- de négocier, vendre et établir des relations durables avec des segments de clients rentables.

Ce cursus permet de développer ses capacités à :

- animer et gérer des équipes commerciales
- 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 l'ensemble des principes et outils utiles aux managers commerciaux pour mettre en oeuvre un management efficace.

Débouchés professionnels :

- Marketing : chef de projet, chef de produit, responsable marketing opérationnel, chargé d'études, directeur commercial et marketing...
- Commerce : chef de groupe distribution, directeur des ventes, responsable de magasin ou d'unité commerciale, chargé d'affaires...

100%

Taux de réussite

82%

Taux d'insertion professionnelle

Description de la 1^{ère} année

US180Q	Management commercial	4 ECTS
US180R	Communication et anglais commercial	6 ECTS
US180S	Principes des études de marché	6 ECTS
US180T	Gestion de la relation client (GRC) / Customer Relationship Management (CRM)	4 ECTS
US180U	Stratégie commerciale	6 ECTS
USM305	Marketing dans un univers digital (approfondissement)	4 ECTS
USM303	Méthodes de recherche en marketing et projet managérial	16 ECTS

Unités d'enseignement complémentaires

PUCM01	Test d'anglais niveau B1 cadre européen	0 ECTS
UA181K	Expérience professionnelle M1 Marketing	14 ECTS

Description de la 2^e année

USM318	Comportement du consommateur	4 ECTS
US1823	Management stratégique	6 ECTS
USM319	Retail : intégration physique et digitale	4 ECTS
USM31A	E - business - Logistique	4 ECTS
USM31B	Impact des données sur le marketing et la vente	4 ECTS
US1825	Marketing B2B (produits et services industriels)	4 ECTS
US181W	Stratégies d'internationalisation	4 ECTS
US1824	Entreprenariat	4 ECTS
US181Z	Gestion des comptes-clés et négociation des affaires	4 ECTS

Unités d'enseignement complémentaires

UAMG0H	Expérience professionnelle (24 mois)	12 ECTS
UAMG0F	Mémoire Master	10 ECTS

ECTS : système européen de transfert et d'accumulation de crédits

Organisation de la formation :

Le Master se déroule sur 2 années de formation après l'obtention de 180 ECTS pour l'accès en M1 ou la validation d'un Bac+4 pour l'accès directement en M2.

La formation est de 2 jours en formation (les jeudis et vendredis) et 3 jours en entreprise.

L'alternant doit avoir validé les unités d'enseignement requises, dont 2 en anglais, soutenu et validé le projet managérial (M1) et le mémoire (M2) et obtenu le niveau B1 en anglais en M1 (minimum de 550 au ToEIC).

L'alternance au Cnam

L'apprentissage se base sur une pédagogie en alternance et parfois par projets. La personne apprentie occupe un poste à « temps plein » au sein de son entreprise, en tant que salariée. Elle développe ainsi dans le même temps connaissances théoriques, compétences techniques et expérience professionnelle. Pour valider sa formation, le candidat, la candidate doit avoir signé un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation dans les 3 mois suivant le début de la formation.

Compétences visées :

- Gérer et manager les actions marketing et/ou commerciales
- Définir des stratégies opérationnelles pour le compte d'une unité organisationnelle commerciale (point de vente, secteur, rayon, équipe de vente, agence, produit...)
- Comprendre les systèmes de relation client et leur importance dans la stratégie de développement de l'entreprise
- Appréhender et maîtriser les stratégies d'achats et leurs liens avec la stratégie de l'entreprise sur son marché, les spécificités du Marketing B2B
- Manager un compte-clé et gérer un processus d'affaire et de négociation dans des situations à fort enjeu, tout en maîtrisant les principales conséquences juridiques de la conclusion d'un contrat.

Le CFA Cnam vous accompagne dans votre recherche d'emploi !

Avant et après la rentrée, le CFA organise de nombreux ateliers qui mettront à plat vos compétences en matière de recherche d'emploi.

Le but des ateliers et du coaching est de vous faire acquérir les connaissances théoriques et pratiques permettant d'être efficace dans votre recherche de poste. A court terme, il s'agit d'encourager une démarche proactive débouchant sur un contrat d'apprentissage. Mais ces compétences vous serviront durant toute votre carrière professionnelle. Il s'agit donc aussi d'une opportunité !



Procédures d'admission :

Déposer votre candidature en ligne sur cfa-idf.cnam.fr.

Le dossier est étudié lorsqu'il est complet.

Si les prérequis sont remplis, le candidat est convoqué à un entretien devant un jury composé de professionnels et d'enseignants-chercheurs.

Le dossier doit être composé de :

- CV
- Lettre de motivation sur la formation
- Carte nationale d'identité ou titre de séjour valide
- Bulletins de notes des 2 dernières années
- Dernier diplôme obtenu
- Une note sur le projet professionnel du candidat

Modalités pratiques

Lieu de la formation :

CFA Cnam
61, rue du Landy
93210 La Plaine-Saint-Denis

Pour en savoir plus :

cfa.recrutement@cnam.fr

Tél. : 01 58 80 88 62

Responsable national

Jean-michel RAICOVITCH et Benoît PETITPRETRE

