

# Master Marketing Vente, parcours Marketing Intégré dans un Monde digitalisé - 2<sup>ème</sup> année

le **cnam**  
Martinique

## ✓ Objectifs :

- Appréhender les aspects de la stratégie de l'entreprise, de la segmentation nécessaire et de la construction d'un plan marketing
- Définir un plan d'action exploitant toutes les possibilités des différents canaux de communication et de distribution que ce soit dans le monde physique ou digital
- Définir et mettre en œuvre les actions nécessaires à la vente de produits et services (études marketing, conception de produits, tarification, communication, distribution) en ligne avec la stratégie de l'entreprise
- Négocier, vendre et établir des relations durables avec des segments de clients rentables au travers de méthodes de ventes digitales ou de ventes complexes
- Sélectionner et d'utiliser les outils informatiques nécessaire au pilotage de l'activité commerciale et marketing
- Maitriser et appliquer des processus mobilisant des ressources au travers d'une organisation et au sein d'un écosystème, pour satisfaire un ensemble de parties prenantes essentielles
- Comprendre et mettre en œuvre l'ensemble de principes et outils utiles aux managers commerciaux & marketing pour mettre en œuvre un management efficace, que ce soit en présentiel ou à distance

## 👤 Public visé :

- En apprentissage : jeunes de 16 ans à moins de 30 ans
- Tout public éligible à une entrée en contrat de professionnalisation

## 📋 Prérequis :

Les candidats doivent posséder un diplôme ou un titre homologué de niveau Bac+3 ou 4 en gestion, de préférence  
Aptitude au management et à la direction d'entreprise

## ➔ Modalités et délais d'accès :

La formation est accessible via le :

- Contrat d'apprentissage
- Contrat de professionnalisation

Pour tout autre profil consultez-nous

Etapes d'inscription :

- 1) Dépôt des candidatures sur la plateforme du Cnam Martinique
- 2) Sélection des candidats sur dossier et entretien
- 3) Assister en parallèle à une réunion d'information pour valider l'accès au portail de préinscription du CFA Skillfor
- 4) Inscription définitive à compter de la signature du contrat en alternance

Code diplôme : 13531276  
Code RNCP : 35907



CCI MARTINIQUE

SKILLFOR

CENTRE DE FORMATION  
DES APPRENTIS



### Type de formation :

Formation diplômante/certifiante – Alternance et formation continue



### Filière de formation :

Digital & Numérique



### Niveau de sortie de la formation :

Niveau 7 (Bac+5) – 300 ECTS



### Durée de la formation :

2 années / 1 070 heures  
2<sup>ème</sup> année : 535 heures



### Coût de la formation :

Alternance : 7 600 €/an  
Autres dispositifs : 6 840 €/an  
Formation gratuite et rémunérée pour l'alternant  
(contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation)  
Prise en charge en alternance par OPCO



### Prochaines sessions :

2<sup>ème</sup> année : du 17/10/2022 au 13/07/2023



### Accessibilité handicap :

Site répondant aux conditions d'accessibilité et desservi par un réseau de transport urbain  
Pour plus d'informations, consultez notre page dédiée



### SKILLFOR Campus

Pôle Consulaire de Formation  
Rue Aubin Edmond – Quartier Case Navire  
97233 SCHOELCHER  
HOTLINE 0596 42 79 05  
[www.skillforcampus.com](http://www.skillforcampus.com)



### Gestionnaire de formation :

Marc-André LATOURNALD  
[accueil\\_skillfor@martinique.cci.fr](mailto:accueil_skillfor@martinique.cci.fr)  
05 96 61 80 08

En contrat d'apprentissage :

**Date limite d'entrée en formation :** le 31/10/2022

**Date limite de signature d'un contrat :** le 16/01/2023

Les délais d'accès sont compris entre 1 et 6 mois, selon le calendrier de la formation et le dispositif de financement mobilisé



## Modalités pédagogiques :

Formation mixant présentiel et distanciel (blended learning)  
 Alternance de cours magistraux, de travaux dirigés en face à face pédagogique et d'applications pratiques en entreprise  
 E-learning accompagné et tutoré  
 Utilisation d'outils numériques et de logiciels métier  
 Salle banalisée avec vidéoprojecteur  
 Salle informatique  
 Amphithéâtre



## Rythme d'alternance :

1 semaine de formation en centre  
 1 semaine en entreprise



## Programme :

Les compétences professionnelles s'acquièrent à la fois en centre de formation dans le cadre d'ateliers professionnels mais aussi en entreprise dans le cadre de l'alternance

Possibilité de valider un ou plusieurs blocs de compétences

### **RNCP35907BC01 Usages avancés et spécialisés des outils numériques – 20 heures**

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention.
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine.

### **RNCP35907BC02 Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés – 30 heures**

- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale.
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines.
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines.
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux.
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation.

### **RNCP35907BC03 Communiquer en contexte professionnel – 30 heures**

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
- 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.

### **RNCP35907BC04 Contribuer à la transformation en contexte professionnel – 55 heures**

- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles.
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe.
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif.
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité.
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale.

### **RNCP35907BC05 Élaborer une vision stratégique en Marketing-Vente – 100 heures**

- Faire de la veille sur les évolutions de son environnement, éco-système et marché et anticiper les transformations et innovations possibles en matière de produits, de process, etc.
- Piloter ou co-piloter la construction d'une vision stratégique, fixer des objectifs et donner du sens afin d'améliorer les positions concurrentielles et de traduire la stratégie de l'entreprise en stratégie marketing (offre, produit, marque).
- Fédérer et animer les acteurs internes et externes (gouvernance) dans un souci d'éthique afin de favoriser le développement marketing et commercial.

### **RNCP35907BC06 Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente – 100 heures**

- Développer des politiques et pratiques permettant de définir la politique commerciale, de développer un plan d'action commerciale et d'élaborer et conduire la politique promotionnelle
- Appliquer et mettre en œuvre des politiques et pratiques permettant d'analyser les données de panels pour la prise de décision, d'intégrer le digital dans la stratégie et l'opérationnel, de mettre en place une politique de communication intégrée : à l'interne et à l'externe et de lancer et développer une offre de produits/services

**RNCP35907BC07 Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en Marketing-Vente – 75 heures**

- Contrôler et mesurer la pertinence et la performance des outils de gestion en commanditant ou réalisant des études qualitatives ou quantitatives, en utilisant des logiciels d'analyse numérique et textuelle (SAS, SPSS, R, N-Vivo, Lexica, Sphinx...) et en gérant un compte d'exploitation.
- Auditer, évaluer et analyser les risques associés et analyser les données et opérationnaliser les résultats.

**RNCP35907BC08 Mettre en œuvre des règles, des normes et des démarches qualité en Marketing-Vente – 75 heures**

- Appliquer et respecter des règles et des normes liées au droit commercial en particulier et savoir élaborer et suivre des budgets, des tableaux de bord d'activité.
- Développer des process, des démarches Qualité, innovation, etc. afin de proposer des politiques commerciales et marketing les plus innovantes possibles.

**RNCP35907BC09 Développer une culture managériale et organisationnelle – 30 heures**

- Animer et fédérer des collectifs, développer son relationnel et son leadership.
- Conseiller et négocier avec ses équipes et ses partenaires d'affaires.
- Gérer l'organisation du travail et les transformations possibles

**RNCP35907BC10 Accompagner les comportements et postures au travail – 20 heures**

- Piloter son projet de développement personnel dans les métiers dits de gestion/management.
- Développer les compétences comportementales et métiers (les siennes ou celles de ses équipes) Conseiller et négocier avec ses équipes et ses partenaires d'affaires.

## ☆☆☆ Modalités d'évaluation :

L'obtention du diplôme nécessite la validation de toutes les unités d'enseignement ainsi que la rédaction d'un projet managérial (première année) et un mémoire de fin d'études (deuxième année)

L'accès au master 2 est conditionnée par la validation des UE de master 1

A l'issue de la formation, l'apprenant devra justifier d'une expérience professionnelle, à temps plein, de deux ans dans la spécialité et de niveau master, ou de 10 mois par année en alternance.

Validation des blocs de compétences :

En cas d'échec à la certification globale, le candidat peut obtenir la validation partielle de certains blocs de compétences, acquis pour une durée de 5 années

## ↪ Suites de parcours et débouchés :

Suites de parcours :

Possibilité pour tout titulaire du Master DEG, mention Marketing Vente, parcours Marketing intégré dans un monde digitalisé de poursuivre son parcours par la préparation d'une spécialisation en responsable marketing digital, Spécialité en chef de produit marketing

Equivalences/Passerelles :

Aucune

Emplois visés :

Chef de projet, produit, secteur, publicité, Chargé d'études, de communication et e-communication, Trafic manager, Responsable marketing et digital, Directeur commercial, Cadre dans la distribution, Responsable export, Responsable merchandising, Category manager, Trade marketer

## 🏆 Les points forts de la formation :

Un cursus visant à anticiper les évolutions de la fonction marketing et vente, créer et mettre en place des stratégies marketing, animer une équipe commerciale dans un contexte de concurrence-coopération au sein d'une entreprise

## 📊 Chiffres clés :

Taux d'obtention de la certification : 92%  
Taux d'interruption en cours de formation : 8%  
Taux de satisfaction : 88%

Taux de poursuite d'études : 0%  
Taux global d'insertion à 6 mois : 83%  
Valeur ajoutée : 88%