

Intelligence marketing et entreprise responsable

Master — MR16501A

Objectifs

- ◆ Former des professionnels capables de piloter et de mettre en œuvre une stratégie marketing responsable dans un monde en transformation ;
- ◆ Développer une compréhension solide des fondamentaux de l'entreprise en première année ;
- ◆ Permettre une spécialisation progressive en deuxième année, orientée vers la mise en œuvre opérationnelle du marketing responsable dans divers secteurs d'activité.

Publics

- ◆ Pour une entrée en master 1 (M1) : les candidats doivent posséder un diplôme ou un titre homologué de niveau bac+3 ou 4 en gestion, ou dans un diplôme en lien. Expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans le domaine et de niveau master ;
- ◆ Pour une entrée en master 2 (M2) : les candidats doivent avoir validé un M1 en marketing, ou un M1 dans un domaine proche avec une expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans le domaine et de niveau master ;
- ◆ Sélection sur dossier et entretien.

Organisation de la formation

Une formation à votre rythme : les cours du M2 se déroulent sur 2 années et sont proposés en enseignement à distance en synchrone (le soir et/ou le week-end) ou en asynchrone.

Points forts de la formation

- ◆ Diplôme national reconnu, garantissant un haut niveau académique et une forte valeur sur le marché de l'emploi ;
- ◆ Format adapté aux professionnels : formation proposée en HTT (hors temps de travail), permettant de concilier emploi et montée en compétences ;

- ◆ Contenus ancrés dans l'actualité : thématiques en phase avec les évolutions du monde professionnel ;
- ◆ Pédagogie innovante : méthodes actives, participatives et ludiques pour favoriser l'apprentissage ;
- ◆ Accompagnement individualisé : suivi personnalisé tout au long du parcours de formation.

Modalités de validation

L'obtention du diplôme nécessite la validation de toutes les unités d'enseignement, totalisant 120 crédits ECTS pour les 2 années du master. À l'issue de la formation, l'auditeur devra justifier d'une expérience professionnelle, à temps plein, de deux ans dans la spécialité et de niveau master.

icsv.cnam.fr

en bref

Perspectives professionnelles

Directeur commercial, marketing |
Responsable des ventes, de secteur |
Responsable marketing, chef de produit/
de marché | Chef de projet marketing |
Chargé d'études de marché, du marketing digital

Tarifs

Se renseigner auprès du centre Cnam Paris

Lieu

Centre Cnam Paris

Responsable

Catherine de La Fouchardière

Programme M1		
CFA109	Information comptable et management	6 ECTS
GFN106	Pilotage financier de l'entreprise	6 ECTS
EME104	Gestion des RH et des équipes	6 ECTS
DSY103	Théories & formes des organisations	6 ECTS
MSE147	Principes généraux et outils du management d'entreprise	9 ECTS
ANG330	Anglais professionnel	6 ECTS
ESC102	Mercatique II : Stratégie marketing	4 ECTS
ESC134	Marketing dans un monde digital (approfondissement)	4 ECTS
GDN100	Management de projet	4 ECTS
UAMGoL	Expérience professionnelle ou stage	9 ECTS

Programme M2 (1 ^{ère} année)		
ESC201	Comportement du consommateur	4 ECTS
ESC202	Stratégie d'entreprise et marketing stratégique	6 ECTS
ESC203	Intégration vente et marketing en BtoB	4 ECTS
ESC204	Marketing responsable	4 ECTS
UAMGoF	Méthodologie du mémoire	10 ECTS

Articulation de la formation

Études de cas, analyse de dossiers, synthèses, mises en situation, épreuves écrites individuelles, apports théoriques et pratiques.

L'équipe pédagogique est composée d'enseignants-chercheurs du Cnam et d'intervenants issus du monde professionnel.

Depuis décembre 2021, le Cnam est certifié Qualiopi pour l'ensemble des entités de formation de l'établissement public, et pour les quatre types d'actions couvertes par cette certification :

le cnam



La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions suivantes :
ACTIONS DE FORMATION
BILANS DE COMPETENCES
ACTIONS DE VALIDATION DES ACQUIS DE L'EXPERIENCE
ACTIONS DE FORMATION PAR APPRENTISSAGE

Contact

Siham Boubnan

gestionnaire pédagogique

01 40 27 25 15

siham.boubnan@lecnam.net