

Magister

Mercatique

2010-2011

le **cnam**
Martinique

Durée de la formation

- Le cycle se déroule sur une année universitaire
- Volume horaire enviro 280 heures

Conditions de recrutement

Professionnels titulaires d'un bac + 4 et au moins trois ans d'expérience professionnelle, qui souhaitent élargir leurs compétences dans les activités commerciales, mercatiques et l'encadrement

Recrutement après test et/ou entretiens

Périodes d'inscription

- du 01 au 29 juillet inclus et du 2 au 30 septembre de l'année en cours dans la limite des places disponibles.

Objectifs de la formation

Ce Magister Mercatique-Management « Direction Mercatique » est un diplôme professionnel délivré par le Cnam exigeant un niveau comparable à celui d'un Master. C'est un Bac +5, il s'inscrit donc dans les standards européens 3/5/8. Il correspond à un besoin identifié de formation spécifique, prépare aux métiers de la direction mercatique et est destiné à des cadres possédant déjà une expérience professionnelle.

Cette formation se propose 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, d'animer et de gérer des équipes commerciales ; de maîtriser les outils et techniques mercatiques les plus modernes. préparer aux métiers de la direction mercatique.

Donner aux managers les moyens :

- d'Anticiper les évolutions de la fonction mercatique-vente et devenir des acteurs du changement ;
- de Créer et mettre en place des stratégies mercatiques adaptées aux spécificités de l'entreprise et de son marché ;
- d'Animer et de gérer des équipes commerciales
- de Maîtriser les outils et techniques mercatiques les plus modernes.

Débouchés

La mercatique et la vente regroupent de nombreuses activités et permettent d'exercer plusieurs métiers différents en fonction de la personnalité et des centres d'intérêts de chacun.

Ce diplôme CNAM donne accès notamment aux fonctions suivantes : chargé d'études, chef de projet mercatique, chef de produit, chef de marque, consultant, directeur marketing, agent commercial, directeur commercial, responsable de centre de profit, directeur d'enseigne, créateur d'entreprise.

Obtention du MASTER 2 DISTRIBUTION -VENTE en validant l'UE 16 et le BULAT Niveau II

Organisation pédagogique

Tous les enseignements sont dispensés le soir de 18 h à 20 h, certains après-midi et le samedi matin.
Certains enseignements auront lieu la journée sur plusieurs jours regroupés.

Évaluation

Épreuves : tests, examens de fin d'année, contrôles continus.

Deux sessions d'examens sont organisées

Encadrement

Pour assurer la formation: Universitaires et professionnels agréés par l'ICSV

Le Cnam Martinique
Campus Universitaire de Schœlcher
BP 7216_ 97274 Schœlcher CEDEX
Tél. 0596 61 10 26 / Fax 0596 61 29 04 / E mail: cnam@cnam-martinique.fr
Web : <http://www.cnam-martinique.fr>

Enseignement M2

Les Unités d'enseignements du Magister sont identiques à celles du Master professionnel

√ UE 13 : La méthodologie

La méthodologie du mémoire, la méthodologie de recherche en mercatique

√ UE 14 : Les études de marché

La méthodologie des études de marché, l'évolution des types de consommation, l'apport des panels de consommateurs au niveau européen, présentation d'outils de géomercatique, l'organisation de la veille concurrentielle technologique, les techniques quantitatives d'analyse d'information mercatique.

√ UE 15 : Le management stratégique

La méthodologie de l'audit de stratégie, les outils de l'analyse stratégique, la mercatique de l'innovation, les nouvelles méthodes de segmentation des marchés, la communication institutionnelle et opérationnelle, la mercatique directe

√ UE 16 : La vente et la négociation

Les techniques de vente, la vente d'affaires, la négociation vente interculturelle

√ UE 17 : L'entrepreneuriat

Identification des opportunités, choix des projets, analyse économique, juridique et commerciale des projets, étude financière et construction du business plan, constitution de l'équipe, choix et management des partenaires, analyse des risques

√ UE 18 : La politique de distribution

Le diagnostic d'enseigne, les circuits et canaux de distribution, les relations fournisseurs - distributeurs, le e-business

√ UE 19 : La mercatique des produits et des services industriels

Les fondements du marketing industriel, le marketing mix, les métiers du marketing industriels.

√ UE 20 : La stratégie d'internationalisation

La stratégie internationale, le marketing international, la logistique internationale, la finance internationale, le droit commercial international,

√ UE 21 : Les outils fondamentaux de gestion

Les fondements de la mercatique, la politique commerciale, l'analyse financière, stratégie et politique générale, la gestion des ressources humaines, le contrôle de gestion, la théorie des organisations.