CFA EVE CENTRE DE FORMATION UNIVERSITAIRE EN APPRENTISSAGE

BAC +5
Master (M1+M2)
Code RNCP : 35907

version : novembre 2025

Master Marketing - Parcours : Marketing intégré dans un monde digitalisé

Type de contrat
Contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation

Durée de la formation
24 mois
840 heures
ECTS* : 120
*Système européen de transfert et d'accumulation de crédits

Formation délivrée par
le cnam Île-de-France

Objectifs

- 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.

Accès au diplôme

- **En M1** : Etre titulaire d'un Bac+3 en commerce ou marketing
- **En M2** : Etre titulaire d'un Bac+4 en commerce ou marketing

Admission : Pour l'entrée en M1, admission obligatoire via la plateforme : https://www.monmaster.gouv.fr/

Dépôt de candidature : à partir de février : selon le calendrier de la plateforme https://www.monmaster.gouv.fr/

Rythme d'alternance

2 jours en formation (lundi et mardi) / 3 jours en entreprise par semaine

Modalités pédagogiques : Méthodes mobilisées : L'acquisition des compétences et des connaissances se fait au travers de cours magistraux, de travaux dirigés, de travaux pratiques, de travaux de groupe et de mises en situation professionnelle.

Contacts

Responsable pédagogique : Sonny SERVAIS - sonny.servais@cnam-iledefrance.fr -Tél. : 06 58 20 76 02

Contact administratif : Séverine ROLLAND - severine.rolland@cnam-iledefrance.fr - Tél. : 01 60 79 87 76

Contact CFA EVE : Chargé(e) des relations entreprises : SCHUHMACHER Coralie - c.schuhmacher@cfa-eve.fr - Tél : 01 60 79 54 03 / Référent(e) handicap : DARRAC Elodie - e.darrac@cfa-eve.fr - Tél : 01 60 79 54 00 / En savoir +

Lieu(x) de formation

CFA EVE - CNAM d'EVRY
19 Cours Blaise Pascal
91000 EVRY

le cnam Île-de-France

Programme de la formation

Master 1

- Le management commercial / 4 ECTS
- La communication commerciale / 6 ECTS
- Les études de marchés (principes et applications) / 6 ECTS
- La relation client / 4 ECTS
- La stratégie commerciale / 6 ECTS
- Marketing dans un univers digital / 4 ECTS
- Les méthodes de recherche en marketing et projet / 16 ECTS
- Expérience professionnelle M1 Marketing / 14 ECTS
- Test d'Anglais - niveau B1 du cadre Européen

Master 2

- Comportement du consommateur / 4 ECTS
- Marketing Stratégique / 6 ECTS
- Retail : intégration physique et digitale / 4 ECTS
- E-business – Logistique / 4 ECTS
- Impact des données sur le marketing et la vente / 4 ECTS
- Marketing en contaxte BtoB / 4 ECTS
- Gestion des comptes-clés et négociation des affaires / 4 ECTS
- L'entreprenariat / 4 ECTS
- Stratégie d'Internationalisation / 4 ECTS
- Méthodologie du mémoire et mémoire de fin d'études / 22 ECTS

Blocs de compétences

S’approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques

- 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

Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

- 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 règlementation

Communiquer en contexte professionnel

- 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

Contribuer à la transformation en contexte professionnel

- 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

Élaborer une vision stratégique en Marketing-Vente

- 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

Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente

- 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

Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en Marketing-Vente

- 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

Mettre en œuvre des règles, des normes et des démarches qualité en Marketing-Vente

- 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

Développer une culture managériale et organisationnelle

- 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

Accompagner les comportements et postures au travail

- 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)

Public concerné

Pour le contrat d'apprentissage

- Avoir moins de 30 ans à la date de début du contrat,
- et être de nationalité française, ressortissant de l'UE, ou étranger en situation régulière de séjour et de travail.

La formation est gratuite pour l'alternant.

Qui peut accueillir un jeune en contrat d'apprentissage ?

- **Toute personne physique ou morale de droit privé, assujettie ou non à la taxe d'apprentissage :** les entreprises, les sociétés civiles, les groupements d'intérêt économique, les associations…
- **Toute personne morale de droit public dont le personnel ne relève pas du droit privé :** l'État, les collectivités territoriales, les établissements publics…

Pour le contrat de professionnalisation

- Avoir moins de 26 ans à la date de début du contrat,
- ou être demandeur d'emploi âgé de 26 ans et plus,
- ou être bénéficiaire du revenu de solidarité active (RSA), de l'allocation de solidarité spécifique (ASS) ou de l'allocation aux adultes handicapés,
- ou avoir bénéficié d'un contrat unique d'insertion,
- et être de nationalité française, ressortissant de l'UE ou étranger en situation régulière de séjour ET de travail.

La formation est gratuite pour l'alternant.

Qui peut accueillir un jeune en contrat de professionnalisation ?

- **Tout employeur du secteur marchand assujetti au financement de la formation professionnelle.**
- **Les entreprises de travail temporaire** peuvent également embaucher des salariés en contrat de professionnalisation à durée déterminée.

Attention : l'Etat, les collectivités territoriales et leurs établissements publics administratifs ne peuvent pas conclure de contrat de professionnalisation.

Marche à suivre

1. Candidater via le site du CFA www.cfa-eve.fr ou directement auprès des écoles / universités partenaires concernées.
2. Rechercher activement une structure d'accueil et répondre aux offres de nos partenaires.
3. L'inscription n'est définitive qu'à la signature du contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

AGESUP A EVRY – CFA EVE
48, cours Blaise Pascal
91025 EVRY-COURCOURONNES Cedex
Tél. : 01 60 79 54 00 - cfa@cfa-eve.fr - www.cfa-eve.fr
UAI : 0912119J – SIRET : 402 924 849 00027