



Mention : Marketing Vente

M1 M2 SCPN Stratégie Commerciale et Politiques de Négociation



PROFIL DEMANDÉ

M1 (FI)

Ouvert aux titulaires d'une Licence Bac+3 (180 crédits ECTS acquis en post bac) ou diplôme équivalent cohérent avec le cursus.

Alternance proposée en M2 dont l'accès n'est définitivement acquis lorsque vous atteste de la signature d'un contrat d'apprentissage obligatoire.

M2 (FI-FA-CP)

Ouvert aux titulaires d'un diplôme de niveau Bac+4 (M1) ou diplôme équivalent cohérent avec le cursus.

Contrat de professionnalisation possible mais pas obligatoire, lorsque vous atteste de la signature d'un contrat (apprentissage ou professionnalisation) obligatoire. À défaut, l'étudiant pourra poursuivre ses études en formation initiale.

Critères généraux de sélection

- Motivation pour le marketing et la vente
- Mérite académique
- Pertinence du projet de poursuite d'étude
- Qualité et précision de l'expression (écrite et orale)
- Adaptabilité, ouverture, rigueur d'analyse et curiosité d'esprit
- Consistance de comportement dans les apprentissages antérieurs
- Cohérence du projet professionnel en adéquations avec les débouchés du parcours

Modalités d'examen des candidatures

Sélection sur dossier (et possiblement, avec entretien).



CANDIDATURES

En M1 : www.monmaster.gouv.fr

En M2 : www.ecandidat.univ-paris1.fr



RÉFÉRENCES ET CERTIFICATION

Code RNCP : 35907

CFA Partenaire : Formasup Paris



RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE

Anne GRATACAP et Pierre MEDAN
anne.gratacap@univ-paris1.fr
pierre.medan@univ-paris1.fr

ADMINISTRATION DE LA SCOLARITÉ

M1 : m1mv-ems@univ-paris1.fr

M2 : m2scpn-ems@univ-paris1.fr

DURÉE DES ÉTUDES
2 ans

DIPLÔME DÉLIVRÉ
Master

MODALITÉ D'ENSEIGNEMENT
FI : formation initiale
FA : formation en alternance

OBJECTIFS :

⊕ **Développer vos compétences en marketing et en stratégie commerciale**
Maîtriser les outils et les techniques pour élaborer des stratégies marketing et de vente efficaces adaptées aux différents secteurs et contextes professionnels.

⊕ **Optimiser vos capacités de négociation**

Apprendre à négocier avec succès en acquérant des méthodes avancées pour gérer les relations avec les clients, les fournisseurs et plus globalement avec toutes les parties prenantes.

⊕ **Renforcer votre expertise par le développement de votre esprit critique,**
par l'intégration du digital dans l'ensemble de vos activités et par l'étude d'approches commerciales innovantes.



MÉTIERS :

- **Ingénieur commercial** : ventes en compte-clés, grands comptes.
- **Chef de projet : gestion de projets dans les domaines du marketing et de la stratégie.**
- **Négociateur commercial** : conduite des négociations commerciales avec les clients et partenaires pour conclure des contrats avantageux.
- **Category manager, chef de marché, chef de produit, trade marketeur** : tous les métiers qui sont à la frontière entre le marketing et la stratégie commerciale
- **Consultant** : conseil aux entreprises sur leurs stratégies commerciales.
- **Directeur commercial** : gestion d'une équipe, management de la force de vente, élaboration et mise en œuvre des stratégies commerciales.

EM-S : UNE ÉCOLE UNIVERSITAIRE DE MANAGEMENT

L'École de Management de la Sorbonne est une unité académique reconnue qui forme les futurs leaders et professionnels dans les domaines de la gestion et du management. L'EM-S propose une gamme complète de programmes reconnus allant de la Licence au Master, alliant enseignements théoriques rigoureux et une ouverture sur le monde professionnel.

ACCOMPAGNEMENT PROFESSIONNEL DES ÉTUDIANTS

Grâce à un corps professoral expérimenté (80 enseignants permanents et plus de 550 intervenants professionnels) et à des partenariats étroits avec le monde professionnel, l'UFRO6 prépare ses étudiants à exceller dans les domaines des sciences de gestion et du management.



Mention : Marketing Vente

M1 M2 SCPN Stratégie Commerciale et Politiques de Négociation



Master 1

Intitulé des UE et des éléments pédagogiques (EP)	Volume horaire encadré		Evaluation		
	CM	TD	Coef.	ECTS	
Semestre 1					
UE 1 : Compétences fondamentales et savoirs hautement spécialisés 1					
Cours obligatoire	Stratégie d'entreprise	36	16,5	4	4
Cours obligatoire	Droit du travail	36	16,5	4	4
Cours obligatoire	Technique d'enquête en management	36	16,5	5	5
UE 2 : Compétences fondamentales et mise en œuvre de pratiques marketing					
Cours obligatoire	Publicité et marketing communication	36	16,5	5	5
Cours obligatoire	Big data	36	0	4	4
UE 3 : Enseignements de professionnalisation (choisir 2 cours)					
Cours optionnel	Négociation commerciale	24	0	3	3
Cours optionnel	Droit de la concurrence	36	0	3	3
Cours optionnel	Recherche en management	36	0	3	3
Cours optionnel	Evaluation et gestion de projet	36	0	3	3
Cours optionnel	Processus et outils RH	36	0	3	3
Cours optionnel	Finance de marché et gestion d'actifs	36	16,5	3	3
Cours optionnel	Relations professionnelles	36	0	3	3
Bonus	Activités sportives, culturelles, engagement citoyen, LV2 (autre que LV1)	0	0	0	0
UE4 Enseignements transversaux					
Cours obligatoire	Anglais de gestion	0	18	2	2
Cours obligatoire	Professionalisation	6	0	VAL	0
Cours obligatoire	Grands enjeux du management (cycle de conférences)	0	12	VAL	0
Cours obligatoire	Fondamentaux de la méthodologie académique et recherche	12	0	VAL	0
Cours optionnel	Bonus Certification TOSA	0	0	0	0
Total		270	112,5		30
Volume horaire étudiant		270	112,5		

Semestre 2					
UE 1 : Compétences fondamentales et savoirs hautement spécialisés 2					
Cours obligatoire	Système d'information et informatique	36	33	5	5
Cours obligatoire	Marketing et interfaces digitales	36	0	5	5
Cours obligatoire	Expertise statistique en marketing	20	0	4	4
Cours obligatoire	Supply chain management	36	0	3	3
UE 3 : Enseignements de professionnalisation (choisir 2 cours)					
Cours optionnel	Fiscalité de l'entreprise	36	16,5	3	3
Cours optionnel	Strategic human resource management	36	0	3	3
Cours optionnel	Planification et contrôle	36	16,5	3	3
Cours optionnel	Techniques quantitatives de gestion	36	0	3	3
Cours optionnel	Politique de réglementation et concurrence	36	0	3	3
Cours optionnel	Théorie des organisations	36	0	3	3
UE 4 : Transversale					
Cours obligatoire	Anglais de gestion	0	18	3	3
Cours obligatoire	Grands enjeux du management (cycle de conférences)	0	12	0	0
Cours obligatoire	Outils, IA et management	12	0	0	0
Cours obligatoire	Mémoire (rapport d'étonnement ou de pré-professionalisation)	0	0	4	4
Cours optionnel	Bonus Certification TOEIC	0	0	0	0
Cours optionnel	Stage en entreprise	0	0	Bonus en M2	
Bonus	Activités sportives, culturelles, engagement citoyen, LV2 (autre que LV1)	0	0	0	0
Total		356	96		#REF!
Volume horaire étudiant		356	96		
Total annuel		626	208,5		60
Volume horaire annuel étudiant		626	208,5		

Master 2

Intitulé des UE et des éléments pédagogiques (EP)	Volume horaire encadré		Evaluation		
	CM	TD	Coef.	ECTS	
Semestre 1					
UE 1 : Compétences fondamentales et savoirs hautement spécialisés					
Cours obligatoire	Stratégie marketing et intelligence technologique	30	0	5	5
Cours obligatoire	Techniques de négociation commerciale	0	32	5	5
Cours obligatoire	Expériences clients (off & on line)	12	12	4	4
Cours obligatoire	Négociation complexe	0	22	4	4
UE 2 : Compétences métiers et soft skills					
Cours obligatoire	Distribution et urbanisme commercial	0	18	3	3
Cours obligatoire	Préparation aux concours de négociation	0	40	4	4
Cours obligatoire	Business english 1	0	18	3	3
Cours obligatoire	Conférences de professionnels et séminaires d'actualité	0	22	VAL	1
Cours obligatoire	Eloquence, soft skills et suivi de projets	22	0	VAL	1
Total		64	164		30
Volume horaire étudiant		64	164		

Semestre 2					
UE 1 : Compétences transversales et construction d'une vision stratégique					
Cours obligatoire	Stratégie d'entreprise et commerciale	36	0	5	5
Cours obligatoire	Méthodologie appliquée au mémoire et soutenance	10	0	6	6
Cours obligatoire	Préparation au grand oral de transaction commerciale et TC	10	10	3	3
Cours obligatoire	Négociation internationale	0	18	3	3
Cours obligatoire	Techniques et stratégies d'achat	0	18	3	3
UE 2 : Compétences managériales et développement d'une culture organisationnelle					
Cours obligatoire	Droit de la vente et de la distribution	0	18	2	2
Cours obligatoire	Business english 2	0	18	2	2
Cours obligatoire	Gestion de projets	20	5	3	3
Cours obligatoire	Management de la force de vente	0	18	2	2
Cours obligatoire	Certification Excel et rapport d'activité	6	3	VAL	0,5
Cours obligatoire	Conférences de professionnels et séminaires d'actualité	0	22	VAL	0,5
Total		82	130		30
Volume horaire étudiant		82	130		
Total annuel		146	294		60
Volume horaire annuel étudiant		146	294		

CAP SUR L'INSERTION PROFESSIONNELLE !

A l'EM-S, la professionnalisation professionnelle est au cœur de nos préoccupations. Des partenariats solides avec les CFA (Formasup Paris et Numia) et les entreprises offrent aux étudiants des opportunités de stages, de césures et/ou de parcours en alternance (contrat d'apprentissage et de professionnalisation). 96% des étudiants ont trouvé leur 1er emploi dans les 6 mois après l'obtention du diplôme de M2. Salaire brut annuel moyen en sortie de M2 à l'EM-S : entre 34-45 K€. L'Association Alumni EM Sorbonne propose un réseau actif d'anciens étudiants, par des opportunités de mentorat, des événements de réseautage, des conférences thématiques et l'accès à un annuaire des anciens, favorisant ainsi le développement de leur carrière et le maintien de liens solides avec l'université.

VIVEZ L'EXPIÉRIENCE ASSOCIATION À L'EM-S

L'engagement des étudiants dans la vie universitaire associative permet de développer des compétences qui contribuent à l'épanouissement personnel des étudiants et à leur engagement citoyen. Nombreuses sont les Associations de filières, plus particulièrement en Master, qui offrent des services et des opportunités adaptés aux besoins spécifiques des étudiants de leur parcours de formation, tout en favorisant leur développement académique et professionnel. Également, sont proposés la Sorbonne Junior Conseil pour la réalisation de mission et le Club des Entrepreneurs de la Sorbonne pour promouvoir l'esprit d'entreprendre. L'EM-S compte aussi sur un partenariat fidèle et solide avec l'Association AGP1, qui organise tout au long de l'année universitaire divers événements pour dynamiser la vie étudiante.

