

NOSCHOOL

PROGRAMME DE FORMATION

MASTERE

MANAGER

COMMERCIAL ET

MARKETING

2026

1. PRESENTATION MASTERE MANAGER COMMERCIAL ET MARKETING

Description :

Le Mastère *Manager Commercial et Marketing* a pour objectif de former des professionnels capables de concevoir, piloter et évaluer des stratégies commerciales et marketing performantes, en France comme à l'international.

La formation s'appuie sur le référentiel d'activités du métier et vise l'acquisition de compétences clés : élaboration de la stratégie commerciale et marketing, mise en œuvre de la politique commerciale, management d'équipes et de réseaux commerciaux, ainsi que pilotage et mesure de la performance commerciale.

Elle intègre les évolutions récentes du métier, notamment la digitalisation des pratiques, l'omnicanalité et l'analyse des données commerciales.

Public concerné et prérequis

Public visé :

Étudiants et professionnels souhaitant accéder à des fonctions de management commercial et marketing ou évoluer vers des postes à responsabilités.

Niveau requis :

Bac+3 validé (niveau 6).

Prérequis :

- Connaissances fondamentales en marketing, communication et gestion d'entreprise
- Maîtrise des outils bureautiques
- Notions d'anglais professionnel

Accessibilité :

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Des aménagements pédagogiques spécifiques peuvent être mis en place selon les besoins (adaptation des supports, temps supplémentaire, organisation des évaluations).

Admission :

Entretien de motivation.

2. OBJECTIFS DE LA FORMATION

Élaborer la stratégie commerciale et marketing : analyser l'environnement de marché à travers des études qualitatives et quantitatives, identifier et sélectionner les marchés cibles, définir un positionnement pertinent et concevoir un plan marketing intégrant des actions traditionnelles et digitales.

Mettre en œuvre la politique commerciale : décliner la stratégie en plans d'actions commerciales opérationnels, piloter les campagnes de vente, coordonner les actions terrain et digitales, et mobiliser les canaux de distribution adaptés aux objectifs de l'entreprise.

Manager une équipe et un réseau commercial : recruter, encadrer et animer des équipes commerciales, développer et structurer des réseaux de partenaires, distributeurs ou agents commerciaux, accompagner la montée en compétences et fédérer autour des objectifs de performance.

Mesurer la performance commerciale : définir des indicateurs de performance pertinents, concevoir des tableaux de bord de suivi, analyser les résultats commerciaux et marketing, et proposer des actions correctives visant à optimiser l'efficacité globale de la stratégie.

3. PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

BLOC DE COMPÉTENCES 1 : ÉLABORER LE PLAN MARKETING

Matières :

- Mise en place d'un Système d'Information Marketing (SIM)
- Veille marketing, technologique et concurrentielle
- Analyse des données marché et diagnostic stratégique
- Conception du plan marketing
- Élaboration de la stratégie de communication offline et digitale

- Politique tarifaire et pilotage budgétaire marketing
- Accessibilité, RGPD et RSE appliqués au marketing

BLOC DE COMPÉTENCES 2 : ÉLABORER LA STRATÉGIE COMMERCIALE

Matières :

- Définition du plan d'actions commerciales BtoB / BtoC
- Construction et pilotage d'un budget commercial
- Gestion des grands comptes et appels d'offres
- Techniques de négociation commerciale
- Animation des réseaux de distribution et partenaires
- Gestion de la relation client et fidélisation
- Merchandising et trade marketing
- Expérience client et satisfaction client

BLOC DE COMPÉTENCES 3 : MANAGER DES ÉQUIPES COMMERCIALES

Matières :

- Recrutement et intégration des collaborateurs
- Animation et motivation des équipes commerciales
- Coordination des équipes marketing et commerciales
- Conduite du changement et transformation digitale
- Évaluation des performances individuelles et collectives
- Entretiens professionnels et développement des compétences
- Management inclusif et politique RSE

BLOC DE COMPÉTENCES 4 : MESURER LA PERFORMANCE COMMERCIALE ET MARKETING

Matières :

- Analyse des risques commerciaux et financiers
- Conception de tableaux de bord et KPI
- Pilotage budgétaire et reporting commercial
- Analyse des écarts et plans d'actions correctifs
- Mesure de l'expérience client et satisfaction

- Outils d'aide à la décision et intelligence artificielle

SPE : DIRECTEUR COMMERCIAL

Activité 1 – Posture et rôle du directeur commercial au sein du CODIR

- Contribution aux décisions du comité de direction
- Élaboration d'une vision stratégique commerciale
- Arbitrages budgétaires et allocation des ressources
- Pilotage de la performance commerciale

Activité 2 – Gestion budgétaire appliquée à la direction commerciale

- Construction d'un budget commercial
- Analyse de la rentabilité et du ROI
- Prévisions et simulations financières

Activité 3 – Dialogue avec les parties prenantes de l'entreprise

- Présentation des résultats à la direction générale
- Gestion des parties prenantes
- Défense d'un projet de développement

SPE : ENTREPRENEURIAL

Bloc 1 : Détecter une opportunité entrepreneuriale

Activité 1 : Identifier un problème

- Analyse des besoins utilisateurs
- Étude de marché et veille stratégique
- Innovation et créativité

Bloc 2 : Construire et valider un projet entrepreneurial

Activité 2 : Tester une solution

- Business model et stratégie commerciale
- Prototypage et validation d'offre
- Marketing de l'offre et acquisition client

Bloc 3 : Développer et présenter un projet entrepreneurial

Activité 3 : Pitcher un projet

- Pitch et storytelling
- Communication entrepreneuriale
- Introduction au financement

4. ÉVALUATION ET VALIDATION DES ACQUIS

CONTRÔLE CONTINU ET EXAMENS

Contrôles réguliers :

- QCM de validation des connaissances
- Travaux de groupe et études appliquées
- Présentations orales individuelles ou collectives

Examens blancs :

- Mises en situation professionnelles reconstituées
- Études de cas complètes intégrant stratégie, actions commerciales et analyse de performance

Dossier professionnel :

- Rédaction d'un rapport d'activités ou d'un projet de développement commercial et marketing
- Le dossier doit démontrer la capacité à analyser un contexte, proposer une stratégie et piloter des actions opérationnelles

Soutenance orale :

- Présentation devant un jury professionnel d'un projet structurant : plan marketing, plan d'actions commerciales ou business plan
- Évaluation de la pertinence stratégique, de la cohérence des choix et de la posture managériale

MODALITÉS D'OBTENTION DU DIPLÔME

- Validation de l'ensemble des quatre blocs de compétences du référentiel
- Obtention d'une note minimale requise pour chaque modalité d'évaluation (contrôle continu, études de cas, dossier et soutenance)
- Réussite de la soutenance finale portant sur un projet professionnel (création, développement ou pilotage d'une activité), évaluée par un jury de professionnels

Chaque bloc de compétences fait l'objet d'une validation indépendante. En cas de non-obtention de la certification complète, le candidat conserve le bénéfice des blocs de compétences validés et ne représente que les blocs non acquis lors d'une session ultérieure de certification, conformément aux dispositions définies par le certificateur.

5. STAGE ET ALTERNANCE

- STAGE EN ENTREPRISE : Stage d'une durée de 4 mois
- ALTERNANCE : Possibilité d'effectuer le mastère en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.
- MISSIONS CONFIEES EN ENTREPRISE :
 - Soutien et suivi d'actions commerciales (prospection, négociation)
 - Participation à la mise en place d'outils de reporting et de suivi de la performance
 - Collaboration avec le service marketing sur des projets de communication (digital/traditionnel)

6. DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES

DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES

Métiers accessibles après le Mastère Manager Commercial et Marketing :

- Manager commercial
- Responsable marketing et communication
- Chef des ventes
- Responsable commercial international / Responsable de zone export
- Key Account Manager / Responsable grands comptes
- Chef de projet marketing digital
- Responsable expérience client
- Business developer

Poursuites d'études possibles :

- MBA spécialisé en management, marketing ou commerce international
- Doctorat en sciences de gestion ou en marketing (selon les opportunités de recherche et le projet professionnel)
- Formations certifiantes complémentaires en management (leadership, conduite du changement, gestion de projets innovants, etc.)

7. MODALITÉS PRATIQUES

LIEU DE FORMATION : NOSCHOOL

DURÉE DE LA FORMATION : 2 ans

RYTHME :

- En initial : période de cours + stage de 4 mois
- En alternance : 1 semaine en cours / 2 semaines en entreprise

TARIF : Variable selon le statut (initial ou alternance)

94 QUAI DE BACALAN - 33300 BORDEAUX

www.noschool.fr / 05 56 49 41 33



NOSCHOOL