

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 35907

Master 2 Marketing Vente - Parcours Stratégie Commerciale et Politiques de Négociation (M2_SCPN)

PRÉSENTATION

► Présentation de la formation

La négociation est omniprésente dans le monde de l'entreprise mais que rien n'est moins intuitif. Le master SCPN se propose de former les étudiants à cette discipline. Résolument professionnel, le master donne aux étudiants les principaux outils, les principales méthodes et surtout, fait grandir leur capacité de réflexion, indispensable à la résolution de problèmes propres à chaque situation, à chaque entreprise. Les étudiants pourront ainsi développer leur savoir-faire et savoir être, tout en prenant beaucoup de plaisir à ce double apprentissage au sein d'un groupe dynamique où la vie associative et les anciens jouent un rôle croissant.

► Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :

- Concevoir et mettre en oeuvre une stratégie commerciale et/ou une stratégie marketing,
- Gérer la force de vente,
- Identifier et utiliser les canaux de distribution efficents,
- Réaliser des études de marché.

► Métiers visés

Tous les secteurs d'activité sont concernés par la négociation et l'activité commerciale.

Les principaux métiers visés par le M2 SCPN sont :

- ingénieur commercial
- chef de produit
- consultant en stratégie
- chef de marché
- cadre fonction achats
- category manager

► Rythme d'alternance

De mi-septembre à avril :
 - cours à la Sorbonne : lundi et mardi
 - en entreprise : mercredi, jeudi, vendredi

Durant les vacances universitaires : en entreprise

De mi-mai à mi-septembre :
 - en entreprise : tous les jours de la semaine

► Dates de la formation et volume horaire

05/09/2025 > 08/09/2026 (440 heures)
 Durée : 1 an

UNIVERSITE/ECOLE

► Adresse administrative Composante

Ecole de Management de la Sorbonne

12, place du Panthéon
 75005 - PARIS



ADMISSION

► Conditions d'admission

Pré-requis :

Les étudiants doivent présenter un dossier académique équilibré et de très bon niveau.
 Ils doivent mettre en valeur leurs expériences professionnelles.
 La pratique de l'anglais est indispensable.

Pour information : à l'issue du M1 SCPN (obtenu), il est vivement conseillé de réaliser une année de césure avant de retrouver sa place en master 2 SCPN.

► Modalités de candidature

Les étudiants peuvent être sélectionnés à deux niveaux d'étude :

- à l'issue d'une L3 de gestion ou d'économie : après avoir constitué un dossier (admissibilité) et passé un entretien devant un jury (admission), les meilleurs entrent alors dans le M1 mention Marketing-Vente (parcours SCPN) en formation initiale. Dès lors qu'ils obtiennent le M1, ils sont

acceptés en M2 SCPN. La candidature utilise la nouvelle plate-forme : mon.master.gouv.fr

- à l'issue d'un M1 réalisé dans une autre université ou école de commerce : après avoir constitué un dossier (admissibilité) et passé un entretien devant un jury (admission), les meilleurs sont pris en M2 SCPN en apprentissage. Dans ce cas, la candidature utilise la plate-forme "e-candidat" propre à l'université Paris 1 Panthéon Sorbonne.

CONTACTS

► Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Samira BELALA

contact@formasup-paris.com

Ahoua TOURE

Pour les publics en situation de handicap : consultez nos pages dédiées Apprenants et Entreprises.



► Vos contacts « École/Université »

BERRY Clotilde

M2SCPN-EMS@univ-paris1.fr

BERRY Clotilde

m2emep-ems@univ-paris1.fr

01 40 46 26 67

PROGRAMME

► Code RNCP 35907

► Direction et équipe pédagogique

Le master SCPN est dirigé par :

- Pierre Medan, maître de conférences, classe exceptionnelle, vice-président, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne
- Anne Gratacap, maître de conférences HDR, classe exceptionnelle, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne

L'équipe pédagogique est composée :

- d'enseignants chercheurs titulaires de l'Ecole de Management de la Sorbonne
- de professionnels, cadres supérieurs et dirigeants d'entreprises

Volume horaire
session -1
année 1



Programme détaillé de la formation

Enseignements fondamentaux	102h
Enseignements d'ouverture	138h
Enseignements de professionnalisation	36h
Enseignements fondamentaux	78h
Enseignements d'ouverture	86h
Examens / Soutenance du mémoire / Validation du rapport d'activité	
Participation à des concours de négociation / Organisation d'un voyage d'étude en mai	

► Modalités pédagogiques

Deux éléments essentiels :

- a) l'effectif du M2 SCPN est au maximum de 24 étudiants (22 étudiants en 2022/23),
- b) le corps enseignant est composé majoritairement de cadres et de dirigeants d'entreprises.

Ces deux éléments conduisent souvent les intervenants à privilégier les cas pratiques, les jeux de rôles, les réflexions collectives au sein de groupes de travail, toujours dans un souci de renforcer par le haut la professionnalisation du diplôme.

Les principales modalités pédagogiques sont donc :

- cours magistral avec interactions
- travaux dirigés
- jeux de rôles dans le cadre de simulations de négociation
- 3/4 modules assurés en anglais
- très fort niveau d'encadrement méthodologique pour le mémoire et le rapport d'activité
- participation régulière à des concours de vente (La croisée des talents, Les négociales, Trust ...)

► Contrôle des connaissances

Chaque cours donne lieu à une évaluation (sauf " Conférences et Séminaires d'actualité " et " Soutien et conseils méthodologiques ").

La majorité des évaluations sont individuelles. Un examen est prévu soit lors de la dernière séance de cours, soit sur un créneau spécifique et dédié.

La soutenance du mémoire est assurée devant un jury.

D'autres évaluations sont collectives :

- travaux de groupe donnés par certains intervenants
- passage en binôme pour l'épreuve de transaction commerciale

► Diplôme délivré

Diplôme de Master. Domaine Droit, économie, gestion ; Mention Marketing vente ; Parcours Stratégie Commerciale et Politique de Négociation.

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, délivré par l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

COMPÉTENCES

Lorsque les étudiants trouvent une entreprise pour y réaliser leur apprentissage, la direction du master est particulièrement attentive aux missions qui leur sont proposées. Préalablement à ce qui sera déposé par l'étudiant sur Forma'link, la direction valide (ou non) les différentes missions en référence avec les compétences que ce diplôme doit leur permettre d'acquérir.

- Participation au développement d'actions stratégiques relatives au marketing
- Gestion d'une offre de produits ou services
- Contrôle de l'évolution des marchés et veille concurrentielle
- Etude et analyse du comportement du consommateur
- Gestion de la communication des marques et de l'entreprise
- Management des équipes marketing et commerciales de l'entreprise
- Compréhension des nouveaux outils utilisés en marketing
- Intégration du digital dans l'ensemble des activités et développement de solutions innovantes en

digital marketing

- Développement d'approches commerciales innovantes

► Compétences de base

- Maîtrise de l'anglais.
- Maîtrise des outils informatiques.

► Compétences spécifiques

- De façon très classique, nous présentons les compétences en deux catégories, les savoirs et les savoir-faire.

► Savoirs spécifiques

- Stratégie commerciale.
- Marketing.
- Droit commercial.
- Techniques commerciales.
- Techniques de négociation.
- Techniques d'animation d'équipe.
- Management des RH.
- Gestion budgétaire.

► Savoirs transversaux

- Droit du commerce international.
- Incoterms.
- Management digital de la relation client.
- Gestion de projet.
- Planification des activités avec logiciel.

► Savoir-faire bloc 1

- Définir la stratégie commerciale.
- Organiser et mettre en oeuvre la stratégie commerciale.
- Organiser et gérer la force de vente.
- Animer les réunions.
- Actions à mener avec les RH.
- Déterminer le potentiel d'un client.
- Suivre les clients (petits/grands comptes).
- Définir les plans d'action et les budgets.

► Savoir-faire bloc 2

- Identifier les évolutions des marchés aux niveaux national et international.
- Prospecter de nouveaux marchés.
- Organiser la stratégie commerciale sur une nouvelle zone géographique : régionale, nationale ou internationale.