

# Dominante Marketing et Négociation

## OBJECTIFS

Cette dominante, qui couvre tant les champs classiques de la pratique marketing (avec l'intégration des TIC) que ceux de la négociation commerciale. Dans sa démarche, cette dominante vise à créer et développer les compétences professionnelles – techniques, intellectuelles et managériales – nécessaires à l'exercice de divers métiers qu'elle permet d'exercer dans l'entreprise. Au terme du cursus et après son stage long, pour prétendre au titre de "spécialiste marketing", l'étudiant doit donc maîtriser son domaine à la fois sur le plan technique (capacité à utiliser les outils fondamentaux, y compris statistiques) et sur le plan managérial (capacité de mise en œuvre technique et de gestion efficace des deux fonctions : marketing et commercial).

La dominante se compose de 6 modules : 4 modules de tronc commun et 2 modules d'option (l'étudiant devant choisir une thématique d'option parmi les deux proposées). L'ensemble du parcours pédagogique concourt (par les contenus abordés et les pratiques pédagogiques utilisées) à ce que l'étudiant soit en mesure :

1. de maîtriser les concepts, les méthodes et les outils de base de son domaine de compétence ;
2. de disposer d'un minimum de connaissances sur les champs théoriques et juridiques concernant son domaine ;
3. de faire des propositions cohérentes et de construire des plans d'actions en étant capable d'en justifier les choix ;
4. d'exercer son esprit critique positivement sur des propositions faites et de suggérer des propositions alternatives qu'il est capable d'exposer et de défendre en public de manière argumentée.

L'évaluation des compétences de l'étudiant (intégrant écrit et oral) repose systématiquement tous ces aspects.

## CONTENU

Suivi obligatoire de 6 modules, soit : les 4 modules de tronc commun (T.C) et les 2 modules constituant l'option choisie Communication ou Innovation (sans panachage possible entre elles) :

### Tronc Commun :

- TC.1 - **Diagnostic, stratégie et planification**
- TC.2 - **Management de l'offre commerciale**
- TC.3 - **Gestion de la distribution et de la négociation**
- TC.4 - **Exploitation des informations commerciales**

### Option :

Option 1 : *Gestion de la Communication*

- C.5 - **Management de la communication externe**
- C.6 - **Gestion de la relation client – marketing relationnel**

**ou**

Option 2 : *Gestion de l'Innovation*

- I.5 - **Maîtrise de la clientèle**
- I.6 - **Gestion du Design Produit**

## Daniel CAUMONT

Professeur, responsable dominante Marketing e-Commerce

[daniel.caumont@icn-groupe.fr](mailto:daniel.caumont@icn-groupe.fr)