

MASTER PARCOURS MARKETING ET PRATIQUES COMMERCIALES (EN APPRENTISSAGE)

Le Master « Marketing et Pratiques Commerciales » est orienté vers l'acquisition des connaissances et des compétences nécessaires pour diriger un service marketing ou commercial : Comment définir une stratégie marketing en termes de ciblage et positionnement ? Comment définir une offre de produits/services à valeur ajoutée ? Comment mettre en place une politique de marketing opérationnel ? Comment définir sa politique de prix ? Comment définir sa stratégie de distribution et de communication ? Comment gérer et organiser un service commercial.

Le master prépare à l'exercice de fonctions liées au marketing et au commerciale: chef de produit, chef de marque, chef de marché, directeur marketing, chargé d'études, chef de publicité, responsable commercial, responsable d'enseigne, responsable commercial.

Infos pratiques

Composante : Institut d'administration des entreprises (IAE)

Durée : 2 ans

Crédits ECTS : 120

une offre de produits/services à valeur ajoutée ? Comment mettre en place une politique de marketing opérationnel ? Comment définir sa politique de prix ? Comment définir sa stratégie de distribution et de communication ? Comment gérer et organiser un service commercial.

Le master prépare à l'exercice de fonctions liées au marketing et au commerciale: chef de produit, chef de marque, chef de marché, directeur marketing, chargé d'études, chef de publicité, responsable commercial, responsable d'enseigne, responsable commercial.

Présentation

Le Master « Marketing et Pratiques Commerciales » est orienté vers l'acquisition des connaissances et des compétences nécessaires pour diriger un service marketing ou commercial : Comment définir une stratégie marketing en termes de ciblage et positionnement ? Comment définir

Admission

Conditions d'accès

1. Pour être inscrit en première année du diplôme de master (M1), les étudiants doivent justifier :

- soit d'un diplôme national conférant le grade de licence (180 ECTS) dans un domaine compatible avec celui du diplôme national de master concerné ;
- soit d'une des validations prévues aux articles L 613-3 (validation d'études supérieures accomplies en France ou à l'étranger), L 613-4 (validation des acquis de l'expérience) et L 613-5 (validation d'acquis) du code de l'éducation.

De plus, ils devront :

- présenter un dossier complet sur le parcours d'études et une lettre de motivation destinés à vérifier les aptitudes du candidat à suivre une formation de gestion, de type Master.
- passer avec succès une épreuve dont la forme est arrêtée chaque année par le Directeur de l'IAE sur proposition du directeur du Master.
- passer avec succès un entretien avec un jury formé au sein de l'équipe pédagogique.
- disposer en vue de l'inscription définitive d'un contrat d'apprentissage sur une période de 24 mois compatible avec les contraintes de l'alternance.

2. L'admission en 2ème année de master, dans un parcours type à finalité indifférenciée, recherche ou professionnelle, est prononcée par le chef d'établissement sur proposition du responsable de la formation, après avis de la commission pédagogique du parcours type concerné. Pour être inscrit en deuxième année du diplôme de master (M2), les étudiants doivent justifier :

- soit d'un diplôme national conférant un grade Bac+4 (240 ECTS) dans un domaine compatible avec celui du diplôme national de master concerné ;
- soit d'une des validations prévues aux articles L 613-3 (validation d'études supérieures accomplies en France ou à l'étranger), L 613-4 (validation des acquis de l'expérience) et L 613-5 (validation d'acquis) du code de l'éducation.

De plus, ils devront :

- présenter un dossier complet sur le parcours d'études et une lettre de motivation destinés à vérifier les aptitudes du candidat à suivre une formation de gestion, de type Master.

- passer avec succès une épreuve dont la forme est arrêtée chaque année par le Directeur de l'IAE sur proposition du directeur du Master.

- passer avec succès un entretien avec un jury formé au sein de l'équipe pédagogique.

- disposer en vue de l'inscription définitive d'un contrat d'apprentissage sur une période de 12 mois compatible avec les contraintes de l'alternance.

Programme

Organisation

Formation Initiale en apprentissage

Master 1 Marketing et pratiques commerciales (en Apprentissage) - IAE

Semestre 1

UE1 Connaissance du consommateur	6 crédits	
Connaissance du consommateur	6 crédits	40h
UE2 Etudes qualitatives	6 crédits	
Etudes qualitatives	6 crédits	
UE3 Etudes quantitatives	6 crédits	
Etudes quantitatives	6 crédits	40h
UE4 Négociation et technique de vente	6 crédits	
Négociation et technique de vente	6 crédits	40h
UE5 Management et marketing stratégique	6 crédits	
Management et marketing stratégique	6 crédits	40h

Semestre 2

UE10 Orientation et insertion professionnelles	6 crédits	
Orientation et insertion professionnelles	6 crédits	40h
UE6 Marketing opérationnel	6 crédits	
Marketing opérationnel	6 crédits	40h
UE7 E-Commerce	6 crédits	
E-Commerce	6 crédits	40h
UE8 Négociation internationale	6 crédits	
Négociation internationale	6 crédits	40h
UE9 Marketing sectoriel	6 crédits	
Marketing sectoriel	6 crédits	40h

Master 2 Professionnel Marketing et pratiques commerciales - IAE (Apprentissage)

Semestre 3

UE n° 1 : Marketing Opérationnel	6 crédits	36h
Marketing Opérationnel	6 crédits	40h
UE n° 2 : Connaissance client	6 crédits	36h
Connaissance client	6 crédits	36h
UE n° 3 : Marketing Digital	6 crédits	36h
Marketing Digital	6 crédits	36h
UE n° 4 : Organisation et Management commercial	6 crédits	36h
Organisation et Management commercial	6 crédits	36h
UE n° 5 : Performance marketing et commerciale	6 crédits	36h
Gestion de la marque et de la communication	6 crédits	36h

Semestre 4

UE n° 6 : Management de la marque et communication	6 crédits	36h
Management de la marque et communication	6 crédits	36h
UE n° 7 : Stratégie	6 crédits	36h
Stratégie	6 crédits	40h
UE n° 8 : Gestion des données clients	6 crédits	40h
Gestion des données clients	6 crédits	40h
UE n° 9 : Méthodes, pratiques et compétences relationnelles	12 crédits	80h
Méthodes, pratiques et compétences relationnelles	12 crédits	80h