

MASTER MARKETING VENTE

ÉTUDES ET ACTIONS MARKETING (M1-M2)

TYPE DE FORMATION

Master, diplôme d'État bac+5

Formation initiale (M1)
Formation initiale ou en alternance -
contrat de professionnalisation (M2)
Formation continue (M1-M2)



DURÉE DE LA FORMATION

2 ans

Année de césure possible entre M1
et M2

EFFECTIF ATTENDU

22 étudiants en M1
25 en M2

PRÉ-REQUIS

L'accès au Master 1 est conditionné par l'obtention d'un diplôme de Licence 3 en sciences de gestion (Licence 3 économie-gestion) ou un diplôme équivalent (Licence 3 en statistiques, en sociologie par exemple) et au passage du Score IAE-Message pour les candidats extérieurs.

Le passage du M1 au M2 se fait de droit pour les étudiants du M1 Études et actions marketing ayant validé leur année et ayant obtenu une moyenne >8 à toutes les UE et >10 aux modules de spécialité.

Peuvent également postuler en M2 les étudiants titulaires :

- d'une première année de Master en sciences de gestion (spécialisé si possible en marketing) ou dans un domaine voisin (économie, sociologie, psychologie, statistiques),
- ou d'un diplôme jugé équivalent qui bénéficie d'une initiation préalable au marketing.



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Ce Master s'adresse aux étudiants qui souhaitent se spécialiser en marketing et en particulier qui souhaitent devenir chargés d'études ou chefs de produit.



COMPÉTENCES VISÉES

Les enseignements visent à éclairer la prise de décision stratégique et opérationnelle (gestion de la marque, stratégie prix, achats et distribution, communication, social média, marketing international) grâce aux études marketing. Différents domaines du marketing sont enseignés : digital, responsable, international, BtoB. Des compétences techniques sont acquises dans le design d'études, la collecte et l'analyse des données (qualitatives et quantitatives), la restitution graphique des données analysées.

Ces compétences sont complétées par des enseignements spécifiques à l'environnement marketing telles que le comportement du consommateur, la veille, le droit, l'innovation et le design thinking, la sémiologie, l'ethnologie, l'anglais. Une part importante de la formation est consacrée à des projets réalisés pour des entreprises avec des étudiants d'autres formations (designers, ingénieurs, juristes).



DÉBOUCHÉS

Le Master prépare les étudiants aux différents métiers du marketing d'études, stratégique et opérationnel, et en priorité aux métiers de chargé d'études marketing et de chef de produit. La formation répond aux besoins des entreprises soucieuses de recruter des spécialistes de haut niveau dans le domaine marketing et des études, aussi bien au niveau national qu'international. Le Master est plutôt orienté B to C mais des cours de B to B sont dispensés.

Depuis sa création en 2004, le Master bénéficie de partenariats professionnels locaux solides et durables pour l'enseignement, les stages, la formation en alternance et le recrutement : cabinets d'études (The Links, Para Bellum, Havas Média, CSA, Ifop), enseignes de distribution (ex. : Système U, Décathlon, Leclerc, Maisons du Monde, Carrefour), entreprises industrielles (ex. : Manitou, Eurial, Gastronom, Lactalis, IKKS, Nature et Aliment), sociétés de services (ex. : Sigma, SNCF, Publicis, Groupama), notamment.



ORGANISATION

Formation sur 2 années universitaires de septembre à septembre.

M1 en formation initiale (FI) / M2 en FI ou en alternance (au choix).

Cours de septembre à fin mars en M1 et M2.

Cours toute la semaine en M1. En M2, les cours ont lieu les lundi, mardi et 1 mercredi sur 2. Les autres jours, les alternants sont en entreprise tandis que les étudiants en FI travaillent sur des projets tutorés pour le compte d'entreprises.

Stages à partir de début avril : **14 semaines minimum en M1** avec soutenance en juin puis **5 à 6 mois en M2 pour les étudiants en formation initiale (pendant que les alternants sont en entreprise à temps complet)** avec soutenance en septembre.

Modalités pédagogiques variées : enseignements théoriques et appliqués, séminaires professionnels, projets en équipes (projet tutoré : projet collaboratif ID4Food avec des étudiants, ingénieurs, juristes et designers ; Challenge Innovation Design-Marketing avec les étudiants du Master 2 Design Management).

Plus de 50% des intervenants sont des professionnels.

MASTER MARKETING VENTE ÉTUDES ET ACTIONS MARKETING (M1-M2)

ENSEIGNEMENTS

| MASTER 1 (60 ECTS) | 444h |
|---|------|
| Management transversal 1 Stratégie, Management des ressources humaines, Business Plan, Management de la qualité et des risques | 96h |
| Marketing 1 Marketing des études, Traitement d'enquêtes quantitatives, Marketing digital | 60h |
| Communiquer et manager 1 Informatique, Business English, LV2 au choix (allemand, espagnol, chinois), Comportements professionnels | 87h |
| Management transversal 2 Droit fiscal, Initiation à la recherche et au conseil en management | 42h |
| Marketing 2 Comportement du consommateur, Marketing B to B, Marketing responsable, Marketing relationnel | 100h |
| Communiquer et manager 2 Négociation commerciale, Datavisualisation, Communication visuelle | 23h |
| Insertion professionnelle Mise en situation professionnelle, Stage en entreprise (14 semaines minimum) | 36h |

| MASTER 2 (60 ECTS) | 449h |
|---|-------|
| Comprendre l'environnement Veille et prospective, Comportement du consommateur, Droit appliqué au marketing | 31h30 |
| Outils de conception et de communication Design d'étude, Outils de création graphique, Innovation et Design Thinking, Business English | 59h30 |
| Mise en situation professionnelle Séminaires thématiques, Challenge Innovation Design-Marketing, Projet personnel et professionnel | 26h30 |
| Etudes qualitatives Méthodologie des études qualitatives, Sémiologie, Sociologie et ethnologie | 52h30 |
| Etudes quantitatives Elaboration d'une étude quantitative, Panels et prévision des ventes, Analyse des données quantitatives, IA et Data | 66h30 |
| Actions marketing Gestion de la marque, Politique de prix, Achats et distribution, Communication et social media, Marketing international | 70h |
| Temps d'étude et de recherche Retour d'expérience Mémoire et soutenance | 130h |
| Insertion professionnelle Gestion de projet stage (5 à 6 mois) ou alternance | 12h |

MODALITÉS D'ACCÈS : CANDIDATURE

L'accès au Master 1 est conditionné à l'examen d'un dossier de candidature (Score IAE-Message, bilan du parcours académique du candidat, CV, lettre de motivation). Le dossier de candidature est accessible à partir de février sur la plateforme nationale monmaster.gov.fr.

Date limite de dépôt du dossier de candidature : fin mars.

Les étudiants du M1 Etudes et Actions Marketing de l'IAE Nantes ayant validé leur année et ayant obtenu une moyenne >8 à toutes les UE et >10 aux modules de spécialité EAM du semestre 2 peuvent accéder directement au M2.

L'accès au M2 pour les étudiants extérieurs est conditionné à l'examen du dossier de candidature et à un entretien devant un jury composé d'enseignants.

Formation continue

Ce diplôme est accessible avec un statut Formation continue pour les salariés ou demandeurs d'emploi ayant déjà une expérience professionnelle, soit avec le titre requis pour la formation, soit après validation des acquis professionnels.

Contact service Formation continue :

Céline Brochu - celine.brochu@univ-nantes.fr
Tél. +33 (0)2 76 64 18 17

Consultez les modalités et tarifs spécifiques sur notre site web : www.univ-nantes.fr/iae/fc.

BON A SAVOIR

Numéro RNCP 35907

Coût de la formation

Coût pris en charge par l'intermédiaire de l'entreprise.
Contrat de professionnalisation : 14€/heure.

FRAIS D'INSCRIPTION

Formation initiale

Droits universitaires en vigueur 245€.

Contribution vie étudiante et campus (CVEC) : 100€ à régler auprès du CROUS (tarif 2023)

Des services supplémentaires facultatifs pourront être proposés lors de la rentrée universitaire.

Formation en alternance

Les étudiants inscrits dans le cadre d'un contrat de professionnalisation ne sont pas redevables des droits universitaires.

CONTACTS

Responsable pédagogique :

Céline Gallen - celine.gallen@univ-nantes.fr

Suivi pédagogique des alternants M2 :

Emmanuelle Vrignon - emmanuelle.vrignon@univ-nantes.fr

Assistantes de formation :

M1 : Léo Brunet - contact-m1marketing@univ-nantes.fr
Tél. +33 (0)2 76 64 18 31

M2 : Anne-Sophie Douay - contact-m2marketing@univ-nantes.fr
Tél. +33 (0)2 76 64 18 13

Relations entreprises pour l'alternance :

Céline Brochu / Sandrine Hermelin
alternance-master.iae@univ-nantes.fr
Tél. +33 (0)2 76 64 18 17 / 18 18

www.univ-nantes.fr/iae/formations