

## ÉTUDES ET ACTIONS MARKETING (M1-M2)

### MENTION MARKETING VENTE

Numéro RNCP 35907

#### FORMATION SUR 2 ANS

#### DIPLÔME D'ÉTAT BAC +5

#### INITIALE OU ALTERNANCE

#### 22-25 ÉTUDIANTS/ANNÉE

#### PRÉ-REQUIS

**M1 :** Après une Licence 3 en sciences de gestion, économie-gestion ou équivalent (statistiques, sociologie) et Score IAE-Message pour les candidats externes.

**M2 :** Après un M1 en sciences de gestion (idéalement en marketing) ou domaine connexe (économie, sociologie, psychologie, statistiques) ou un diplôme équivalent avec initiation au marketing.

**Passage automatique** pour les étudiants du M1 EAM ayant validé leur année avec >8 à toutes les UE et >10 aux modules de spécialité.



#### 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).



#### ORGANISATION

Formation sur 4 semestres.

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

Cours de septembre à fin mars en M1 et M2.

Une césure est possible entre le M1 et le 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 un projet tutoré pour une entreprise.

#### STAGES

En M1, 3 à 5 mois à partir de début avril (soutenance en juin).

En M2, 5 à 6 mois à partir de mi-mars pour les étudiants en formation initiale. Etudiants alternants en entreprise à temps plein sur cette période. Soutenances 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, Marathon créatif avec d'autres composantes universitaires).

Plus de 50% des intervenants sont des professionnels.



#### 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.

## ÉTUDES ET ACTIONS MARKETING (M1-M2)

### MENTION MARKETING VENTE

Numéro RNCP 35907



### ENSEIGNEMENTS

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

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



### MODALITÉS D'ACCÈS

L'accès au Master 1 nécessite l'examen d'un dossier de candidature (Score IAE-Message, parcours académique, CV, lettre de motivation), disponible dès février sur [www.monmaster.gouv.fr](http://www.monmaster.gouv.fr).

**Date limite :** fin mars.

Les étudiants du M1 Études et Actions Marketing de l'IAE Nantes peuvent accéder au M2 s'ils valident leur année avec >8 à toutes les UE et >10 aux modules marketing. Les candidats externes doivent soumettre un dossier et passer un entretien avec un jury.

Formation par alternance possible : contrat d'apprentissage ou de professionnalisation

### FORMATION CONTINUE

Accessible pour salariés ou demandeurs d'emploi via titre requis ou validation des acquis professionnels.

**Contact service Formation continue :**

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

Infos : [www.univ-nantes.fr/iae/fc](http://www.univ-nantes.fr/iae/fc).



### FRAIS D'INSCRIPTION

#### FORMATION INITIALE

Droits universitaires en vigueur 250 € (année 2024-2025)

Contribution vie étudiante et campus (CVEC) : 103€ à régler auprès du CROUS (année 2024-2025)

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.

#### COÛT DE LA FORMATION

Coût pris en charge par l'intermédiaire de l'entreprise.

Contrat de professionnalisation : 14€/heure.

### CONTACTS

#### Responsables pédagogiques :

Céline Gallen - [celine.gallen@univ-nantes.fr](mailto:celine.gallen@univ-nantes.fr)

#### Suivi pédagogique des alternants M2 :

Emmanuelle Vrignon

[emmanuelle.vrignon@univ-nantes.fr](mailto:emmanuelle.vrignon@univ-nantes.fr)

#### Assistants de formation :

**M1 : Jeanne Pelard**

[contact-m1marketing@univ-nantes.fr](mailto:contact-m1marketing@univ-nantes.fr)

Tél. +33 (0)2 76 64 18 31

**M2 : Anne-Sophie Goureau**

[contact-m2marketing@univ-nantes.fr](mailto: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](mailto:alternance-master.iae@univ-nantes.fr)

Tél. +33 (0)2 76 64 18 17 / 18 18



### INFOS PRATIQUES

Retrouvez plus d'informations sur la formation