

Master Marketing, Vente

Parcours Marketing des services

Objectifs

Débouchés par parcours type de formation :

La vocation de la formation est l'insertion professionnelle immédiate, qui est facilitée par le basculement du dispositif en alternance depuis 2015 en master 2 et depuis 2019 en master 1 pour le semestre 8.

Objectifs pédagogiques :

Acquisition/approfondissement des connaissances (méthodes, outils, pratiques...) dans les disciplines fondamentales du marketing, avec une spécialisation dans le domaine du marketing des services et ses champs d'application. Réalisation de missions marketing dans le cadre des objectifs globaux d'une organisation. Formation renforcée pour la dimension numérique des fonctions marketing,

Objectifs scientifiques :

Acquisition de méthodes précises et rigoureuses dans la conduite de projets complexes à dominante marketing. Connaissance des nouveaux concepts et des évolutions de la discipline. Des débouchés sont possibles en doctorat pour les étudiants suivant le parcours « recherche » proposé au début de l'année de master 2.

Objectifs professionnels :

Former des personnes aptes à concevoir et appliquer la politique de marketing stratégique et opérationnelle des organisations, notamment dans le domaine des services.

***Débouchés :** concepteur-rédacteur, chargé de programmes événementiels, gestionnaire de communautés (community manager), responsable du marketing digital, chef de produit, chargé d'études, chargé de promotion, chargé de relations clientèle, chargé de communication, média-planneur...*

Compétences acquises

Compétences professionnelles

Analyser des marchés et des environnements complexes.

Comprendre le comportement du consommateur et des autres acteurs sur les marchés.

Analyser, concevoir et rendre opérationnelles des stratégies marketing.

Intégrer les orientations relationnelles et participatives dans l'approche marketing.

Maîtriser la dimension numérique des fonctions marketing.

Mettre en œuvre un plan complet de communication.

Négocier et commercialiser des produits et des services.

Compétences personnelles :

Capacité d'analyse et intelligence conceptuelle.

Rigueur méthodologique et esprit critique.

Aptitude à passer de la conception à la réalisation.

Curiosité, créativité, ouverture d'esprit et empathie.

Aptitude au dialogue, au travail d'équipe et à la négociation.

La formation est destinée à une insertion professionnelle immédiate, qui est facilitée par l'alternance en master 1 (semestre 8) et l'alternance au cours de l'année du master 2.

Les titulaires du diplôme peuvent assumer différentes fonctions :

- > fonctions analytiques : chargé d'études, responsable bases de données clients...
- > fonctions « créatrices » : concepteur rédacteur, chargé de programmes événementiels...
- > fonctions opérationnelles : chargé de promotion, chargé de clientèle, chargé de communication, média-planneur, chargé de marketing direct, community manager...

Fonctions managériales : chef de produit, directeur marketing, responsable merchandising, responsable du marketing digital ...

Conditions d'accès

Toute personne ayant eu une formation préalable en marketing peut être candidate au master marketing-vente.

Une personne ayant eu une activité professionnelle et ayant exercé des fonctions en marketing peut également présenter sa candidature à l'accès au M1 ou au M2 (selon l'importance et la diversité de ses fonctions professionnelles en marketing)), via le service de formation continue de l'université.

Poursuite d'études

La poursuite d'étude en doctorat est possible après le master 2. Il est envisageable, pour les étudiants le souhaitant, de suivre une formation à la recherche de trois semaines, en début d'année universitaire (septembre).

Insertion professionnelle

Taux d'insertion du master à 30 mois : 82.4%
(enquête de décembre 2017 sur la promotion 2015).

Infos pratiques

Institut d'Administration des Entreprises de Brest (IAE) à Brest
Ouvert en stage

Contacts

Responsable pédagogique

DIVARD Ronan
ronan.divard@univ-brest.fr
Tel. 02 98 01 70 85

GABRIEL Patrick
patrick.gabriel@univ-brest.fr
Tel. 02 98 01 70 63

Responsable Secrétariat pédagogique

Pierre-Elies Nolwen
Nolwen.PierreElies@univ-brest.fr
Tel. 02 98 01 82 43

Programme

M1

Bloc/UE1 Elaborer une vision stratégique en marketing-vente

Management stratégique	24h
Marketing fondamental	30h
Marketing international et interculturel	26h

Bloc/UE2 Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en marketing-vente

Jeu et simulation marketing	35h
Marketing stratégique et étude de cas	28h
Communication marketing	37h

Bloc/UE3 Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en marketing-vente

Etudes de marché	24h
------------------	-----

Bloc/UE4 Développer une culture managériale et organisationnelle

GRH - Management d'équipe	22h
Marketing des organisations non marchandes	24.5h

Bloc/UE5 Accompagner les comportements et postures au travail

Projet marketing appliqué	
Alternance (évaluation tuteur)	

Bloc/UE6 S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques en marketing-vente

Système d'information décisionnel	21h
Fondements du marketing digital	24h
Outils et techniques du marketing digital	35h

Bloc/UE7 Mobiliser et produire des savoirs spécialisés en contexte professionnel en marketing-vente

Comportement du consommateur (fondements)	28h
Rapport d'activité et soutenance (alternance)	

Bloc/UE8 Communiquer en contexte professionnel

Anglais des affaires 1	18h
Anglais des affaires 2	18h
Négociation, vente	24h

M2

Bloc/UE1 Elaborer une vision stratégique en marketing-vente

Marketing des services et audit marketing	31.5h
Management de la cocréation de service	7h
Marketing et développement durable	14h

Bloc/UE2 Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en marketing-vente

Gestion de projet, expérience utilisateur et support digital	38.5h
Mener un projet évènementiel	7h

Bloc/UE3 Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en marketing-vente

Analyse quantitative des données en marketing	14h
Analyse qualitative des données en marketing	14h
Analyses statistiques - applications	7h

Bloc/UE4 Mettre en oeuvre des règles, des normes et des démarches qualité en marketing-vente

Gestion de la relation client - concepts et utilisations	17.5h
Fidélité et gestion de la fidélité	7h

Bloc/UE5 Développer une culture managériale et organisationnelle

Création et reprise d'entreprise	14h
Marketing et secteur touristique	14h

Bloc/UE6 Accompagner les comportements et postures au travail

Alternance (évaluation tuteur)	
--------------------------------	--

Bloc/UE7 S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques en marketing-vente

Marketing digital - Stratégie et conduite de projet	63h
Marketing digital - Outils et techniques	38.5h

Bloc/UE8 Mobiliser et produire des savoirs spécialisés en contexte professionnel en marketing-vente

Comportement du consommateur (approfondissements)	24.5h
Mémoire de fin d'études	

Soutenance de mémoire

Bloc/UE9 Communiquer en contexte professionnel

Anglais des affaires 24h

Techniques et outils de communication 17.5h

Négociation commerciale et gestion partenariale 38.5h

Bloc/UE10 Contribuer à la transformation en contexte professionnel (innovation et changement)

Tendances et évolutions marketing 35h

Marketing et innovation 10.5h

Dernière mise à jour le 31 octobre 2019