



DROIT, ECONOMIE, GESTION (DEG)

Parcours Marketing stratégique et opérationnel (année 2024-2025)

Master Marketing, vente - Ancienne formation - M2

Composante
Institut
d'Administration
des EntreprisesLangue(s)
d'enseignement
Français

Présentation

Le Master 2 est une année de spécialisation exclusive en marketing. Les grandes fonctions relatives à la fonction marketing y sont abordées dans un contexte très professionnalisant. La pédagogie est largement fondée sur la mise en situation.

L'année s'effectue en alternance en entreprise sur 12 mois, ce qui confère une véritable expérience professionnelle avec des compétences métiers reconnues aux alternants.

Objectifs

L'objectif de la formation est d'une part, de faire acquérir aux étudiants un ensemble de connaissances et de pratiques nécessaires à des fonctions d'encadrement marketing :

- concepts et théorie marketing
- méthodes et outils marketing
- compréhension de l'environnement de la fonction marketing
- connaissances sectorielles.

D'autre part, la formation vise à aider les étudiants à acquérir un professionnalisme affirmé à travers :

- une forte implication de la part de spécialistes du marketing issus du monde de l'entreprise dans la formation : participation aux enseignements, conférences.

- La réalisation de l'année de M2 en alternance sur 12 mois (3/4 du temps en entreprise)

L'Anglais est enseigné tout au long du parcours et les alternants disposent de quelques cours de marketing dispensés en anglais : marketing in english ; price strategy et communication (en partie).

Compétences acquises

A l'issue de cette formation, les diplômés peuvent prendre en charge des fonctions marketing variées autour des compétences suivantes :

- Capacité d'analyse de marché visant à mettre en place une stratégie marketing ;
- Maîtrise des méthodes de segmentation et de ciblage ;
- Exploitation des bases de données marketing et enrichissement ;
- Maîtrise des méthodes d'études de marché ;
- Capacité à définir un cahier des charges et une méthodologie d'étude de marché, gestion des relations avec des prestataires externes (cabinets d'études) ;
- Capacité à réaliser un plan marketing et à le mettre en œuvre ;
- Capacité à mettre en œuvre et à contrôler des actions marketing ciblées (plan de communication, plan promotionnel, opération de marketing direct) ;



- Assistance d'équipe commerciale (préparation d'argumentaires, synthèses de marché, aide à la négociation) ;
- Capacité à mener des négociations commerciales dans le cadre de différentes fonctions notamment négociateur en milieu industriel, acheteur, compte-clé ou category manager

Organisation

Ouvert en alternance

Type de contrat : Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation.

Admission

Conditions d'accès

Admission de plein droit des étudiants issus du M1 Marketing-Vente parcours marketing stratégique et opérationnel de l'Université de Bourgogne.

Pour les autres candidats : examen des dossiers puis pour les dossiers retenus, entretien : candidats au titre de la voie de la formation professionnelle continue ou étudiants issus d'un M1 d'un parcours marketing-vente d'une autre Université ou étudiants issus d'une formation compatible intégrant des pré-requis en marketing (Crédits ECTS validés).

examen des dossiers : la commission pédagogique appréciera la qualité du dossier sur l'ensemble du parcours universitaire (qualité, homogénéité et régularité des résultats, mentions...) notamment en marketing, méthodes quantitatives et anglais ainsi que l'expérience professionnelle acquise (stages, missions et expérience professionnelle marketing et/ou commerciale)

pièces requises dans le dossier : CV, lettre de motivation, relevés de notes de chaque année universitaire depuis le baccalauréat inclus.

entretien : la commission pédagogique appréciera la motivation du candidat, son savoir-être, son expérience professionnelle dans les domaines marketing et/ou commercial, la qualité de son projet professionnel en cohérence avec la finalité du master ainsi que les démarches actives de recherche d'alternance. A l'issue de la procédure, le Jury arrête la liste définitive des candidats admis à la formation.

Le candidat doit télécharger le dossier de candidature via e-candidat (lien sur le site de l'IAE Dijon). Les dates d'ouverture et de clôture des candidatures sont indiquées sur le site de l'IAE.

Et après

Débouchés professionnels

Assistant / Directeur marketing

Assistant / Chef de produit, chef de marque

Assistant / Category Management / Trade marketing

Chargé d'études en entreprise / institut d'études/ société de panels

Responsable de secteur/directeur commercial

Négociateur en milieu industriel ou dans une entreprise de services/ Compte clé

Responsable communication/promotion des ventes



Infos pratiques

Contact scolarité

DE OLIVEIRA Aurore

 aurore.de-oliveira@u-bourgogne.fr

0380395421

Campus

 Campus de Dijon



Programme

Master 2

Semestre 3

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
UE1 Connaissance du consommateur et du shopper	UE						7 crédits
Comportement du consommateur : approches contemporaines	Matière		21h				4 crédits
Category management	Matière		21h				3 crédits
UE2 Méthodes et Outils	UE						7 crédits
Techniques d'études de marché	Matière		17,5h				3 crédits
Panels	Matière		21h				4 crédits
UE3 Stratégie et Politique marketing	UE						10 crédits
Marketing stratégique	Matière		10,5h	10,5h			4 crédits
Stratégie digitale	Matière		14h				3 crédits
Price Strategy*	Matière		10,5h				3 crédits
UE4 Communication et digital	UE						6 crédits
Communication (*) et Création publicitaire	Matière		24,5h				3 crédits
Communication digitale	Matière		21h				3 crédits
Travaux Pédagogiques Encadrés	Matière			30h			

Semestre 4

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
UE5 Commercialisation et distribution	UE						6 crédits
Négociation commerciale	Matière		10,5h				2 crédits
Marketing du point de vente et logistique	Matière		21h				2 crédits
Séminaire Ethno-marketing	Matière			38,5h			2 crédits
UE6 Marketing digital	UE						6 crédits
Marketing et développement durable	Matière		7h	3,5h			
E-commerce	Matière		14h				6 crédits
UE7 Action marketing	UE						6 crédits
Marketing in English *	Matière		28h				6 crédits
Acquisition digitale et consumer expérience	Matière		10,5h				
Gestion de projet	Matière		10,5h				
Travaux Pédagogiques Encadrés	Matière			36h			
UE8 Professionnalisation	UE						12 crédits
Grand oral	Matière			14h			4 crédits
Alternance (Rapport)	Matière			18h			8 crédits
Cycle de conférences	Matière		15h				



Suivi du projet professionnel

Matière

20h