



Parcours Chef de produit et études marketing

Master Marketing, vente



Composante
Institut
d'Administration
des Entreprises

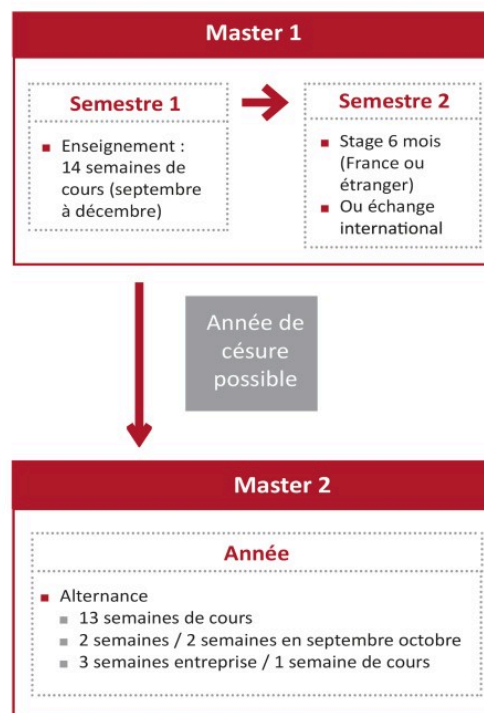


Langue(s)
d'enseignement
Français

Présentation

Le master Marketing-Vente parcours Chef de Produit et Etudes Marketing repose sur une formation en 2 ans, spécialisée en marketing et destinée à former de futurs cadres polyvalents dans un environnement professionnel très évolutif. Il prépare aux domaines suivants : marketing du produit et de la marque, marketing stratégique et opérationnel, marketing études.

L'année de M1 s'effectue en formation initiale avec un semestre intensif de cours et un semestre de stage. L'année de M2 s'effectue en alternance avec 13 semaines pleines de cours à l'IAE. Une année de césure est possible entre le M1 et le M2 pour les étudiants qui souhaitent donner une orientation internationale à leur CV.



Pour en savoir plus : Consultez les réseaux sociaux du Master :

[Instagram](#)

[Linkedin](#)



Objectifs

Le parcours Chef de Produit et Études Marketing vise à acquérir des bases solides en marketing au plan théorique comme opérationnel. Il permet aux étudiants de développer des compétences en marketing stratégique et opérationnel ; en gestion de projet, de produit et de marque ; en méthodes et outils d'études ; en analyse du marché ; en méthodologie et recherche. L'expérience professionnelle est acquise progressivement sur 2 ans, avec un stage de 6 mois en Master 1 et une année complète en alternance en M2.

Compétences acquises

- Analyser son marché, l'environnement de l'entreprise et sa situation concurrentielle,
- Analyser les comportements des consommateurs et des shoppers,
- Rechercher des informations fiables afin de prendre des décisions stratégiques,
- Segmenter les marchés et choisir des cibles marketing,
- Construire des stratégies marketing en intégrant le digital,
- Concevoir un plan marketing 360,
- Gérer la communication média et digitale de l'entreprise,
- Gérer une offre de produits/services
- Piloter le développement et le lancement de produits/ services dans une approche responsable,
- Travailler dans une équipe marketing ou commerciale
- Gérer des projets marketing
- Travailler en anglais dans un contexte international

Dimension internationale

- Le stage de M1 peut être réalisé à l'étranger.
- Une année de césure internationale est possible entre le M1 et le M2 (nombre de places limité).

Les + de la formation

- Promotion restreinte
- Cursus académique couplé aux enseignements pratiques et mises en situation
- Professionnalisation progressive et variée avec un stage de 6 mois en M1 et une année entière en alternance en M2
- Semestre d'études à l'étranger en M1 ou année de césure possible entre le M1 et le M2 pour donner une orientation internationale à son CV
- Visites d'entreprises et séminaire délocalisé sur plusieurs jours.

Organisation

Ouvert en alternance

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

Le Master Chef de Produit et Études Marketing s'effectue en alternance uniquement en M2.

13 semaines entières de cours à l'Université sur l'année de M2, soit 75% du temps en entreprise.

Stages

Stage : Obligatoire

Durée du stage : 6 mois au semestre 2 de l'année de M1

Stage à l'étranger : Possible

Durée du stage à l'étranger : 6 mois possibles au semestre 2 de l'année de M1

Admission

Conditions d'accès



Candidature en M1 : [🔗 Mon Master](#)

Candidature en M2 : [🔗 E-candidat](#)

Modalités de candidatures

CV, lettre de motivation, CNI ou assimilé, relevés de notes de l'ensemble du parcours universitaire, notes du baccalauréat.

Public cible

Licence générale (Gestion, LEA, AES), BUT (GACO, GEA, TC).

Attendus / Pré-requis

- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.
- Développer une argumentation avec un esprit critique.
- Maîtriser des savoirs fondamentaux en gestion et plus précisément les bases du marketing.
- Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë.
- Travailler en équipe ainsi qu'en autonomie au service d'un projet.
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique

Et après

Débouchés professionnels

Chef de produit, chef de marché, chef de marque, category manager, trade marketer, Key Account Manager, chargé d'études, responsable marketing-communication, chargé de clientèle, responsable de secteur, responsable communication.

Infos pratiques

Contacts

Responsable de formation

Blandine ANTEBLIAN


Contact scolarité

DE OLIVEIRA Aurore

[🔗 aurore.de-oliveira@u-bourgogne.fr](mailto:aurore.de-oliveira@u-bourgogne.fr)

0380395421

Campus

 Campus de Dijon



Programme

Organisation

L'année de M1 s'effectue en formation initiale avec un premier semestre intensif de cours et un second semestre de stage en entreprise.

L'année de M2 s'effectue en alternance avec 13 semaines pleines de cours à l'IAE.

Une année de césure est possible entre le M1 et le M2 pour les étudiants qui souhaitent donner une orientation internationale à leur CV.

Master 1

Semestre 1

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Analyser les marchés	Bloc de compétences						8 crédits
Méthodes d'études qualitatives	Matière		18h				2 crédits
Méthodes d'études quantitatives	Matière		15h				2 crédits
Analyse de panels	Matière		18h				2 crédits
Data analytics, gestion de la performance, KPI marketing	Matière		24h				2 crédits
Méthodologie de la recherche	Matière		6h				
Elaborer et optimiser une stratégie marketing-vente	Bloc de compétences						12 crédits
Management de l'innovation et créativité marketing	Matière		15h				2 crédits
Satisfaction et gestion de l'expérience client	Matière		21h				2 crédits
Marketing responsable	Matière		12h				2 crédits
Plan marketing	Matière		22h				2 crédits
Marketing international	Matière		15h				2 crédits
Brand Management (cours en anglais)	Matière		15h				2 crédits
Développer la digitalisation en entreprise	Bloc de compétences						4 crédits
Design web	Matière		25h				2 crédits
Droit du marketing à l'ère digitale et protection des données	Matière		12h				2 crédits
Communiquer efficacement	Bloc de compétences						6 crédits
Communication visuelle	Matière		15h				2 crédits
Communiquer en milieu professionnel	Matière		21h				2 crédits
Anglais des Affaires	Matière		16h				2 crédits
Conférences Métiers	Matière		24h				



Semestre 2

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Professionnalisation	Bloc de compétences						30 crédits
Mémoire de recherche	Matière			12h			10 crédits
Stage 6 mois ou semestre à l'étranger	Matière			12h			10 crédits
Projet et implication étudiant	Matière			12h			4 crédits
Définir son projet professionnel en 180s	Matière			12h			6 crédits

Master 2

Semestre 3

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Analyser les marchés et les consommateurs	Bloc de compétences						16 crédits
Comportement du consommateur : approches psychologiques	Matière		21h				4 crédits
Comportement du consommateur : approches sociologiques	Matière		21h				4 crédits
Category management	Matière		21h				3 crédits
Ethnomarketing et Séminaire délocalisé	Matière		7h	60h			5 crédits
Elaborer, optimiser, et activer une stratégie en marketing-vente	Bloc de compétences						11 crédits
Marketing Stratégique	Matière		21h				3 crédits
Project Marketing (cours en anglais)	Matière		49h				5 crédits
Merchandising et Stratégie retail	Matière		21h				3 crédits

Semestre 4

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Développer la digitalisation en entreprise	Bloc de compétences						12 crédits
Stratégie de communication digitale	Matière		14h				3 crédits
Créativité publicitaire à l'ère digitale	Matière		14h				3 crédits
E-commerce et omnicanalité	Matière		14h				3 crédits
Stratégie digitale	Matière		14h				3 crédits
Professionnalisation	Bloc de compétences						21 crédits
Serious game de négociation	Matière		21h				3 crédits
Serious game stratégie marketing	Matière		14h				3 crédits
Grand Oral	Matière			21h			5 crédits
Rapport alternance et soutenance	Matière			21h			10 crédits
Bilan d'expérience entreprise	Matière			14h			
TPE	Matière			67h			



Cycle de conférences

Matière

20h