



# Parcours Chef de produit et études marketing

Master Marketing, vente



**Composante**  
Institut  
d'Administration  
des Entreprises

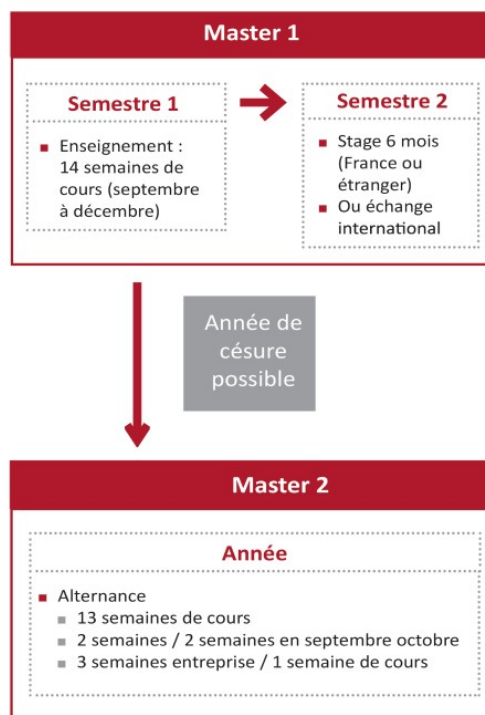


**Langue(s)  
d'enseignement**  
Français

## 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.

**Capacité d'accueil globale :** 10 étudiants

---

## 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