

M2 parcours Marketing et stratégies de marques

#	ECTS 120 crédits	#	Durée 2 ans	#	Composante Institut d'Administration des Entreprises (IAE)	#	Langue(s) d'enseignement Français
---	---------------------	---	----------------	---	--	---	---

Présentation

Le Master « Marketing Vente » a pour double objectif l'acquisition des bases théoriques et opérationnelles solides nécessaires à l'entrée sur le marché du travail d'une part, et l'opportunité d'une immersion en entreprise permettant de mettre en place et d'affiner un projet professionnel cohérent et d'acquérir une expérience valorisante, d'autre part.

A Poitiers, le Master 1 Marketing s'inscrit dans une optique de découverte et de continuité avec les spécialisations proposées en deuxième année de Master.

Le parcours Marketing et Stratégies de Marques proposé en deuxième année de Master vise à former des professionnels du marketing spécialisés en management de la marque. Il prépare aux fonctions de cadre dans les domaines suivants : marketing du produit et de la marque, marketing

digital et opérationnel, marketing études. Une poursuite d'études en recherche marketing (Doctorat) est également possible.

Le premier semestre est centré sur l'approfondissement des connaissances acquises en M1. Il permet aux étudiants de développer des compétences en marketing, stratégie de marque, marketing digital et opérationnel, outils d'études, de recherche et d'analyse du marché. Le second semestre est axé

sur le développement du projet professionnel grâce à un stage de 6 mois.

Le taux de sélection pour ce master est de 22% en 1ère année et 75% en 2ème année.

Le taux de réussite est de 91%.

Objectifs

Ce Master forme les futurs responsables marketing et commerciaux qui assurent la responsabilité ou participent au développement d'un produit/service, ou d'une ligne de produits/services, de leur conception jusqu'à leur mise à disposition sur le marché.

La première année de Master a pour double objectif l'acquisition de bases théoriques et opérationnelles solides nécessaires à la poursuite en Master 2, d'une part, et l'opportunité d'une immersion en entreprise permettant de mettre en place et d'affiner un projet professionnel cohérent et d'acquérir une expérience valorisante, d'autre part.

Savoir faire et compétences

- * Acquérir une culture générale de l'environnement et des fonctions de l'entreprise.
- * Maîtriser les outils méthodologiques et analytiques de la fonction marketing.

- * Développer des capacités de reporting et de communication adaptées au public cible (opérationnel, fonctionnel, direction...).
- * Susciter un intérêt pour la recherche en marketing et initier les étudiants aux démarches de recherche académique.
- * Développer des capacités de synthèse et de prise de recul.

Organisation

Admission

Conditions d'accès

Master 1: Etudiants titulaires d'une licence de gestion ou d'un diplôme équivalent comportant une dimension gestion et marketing.

Master 2 :

> Étudiant titulaire d'un Master 1 de l'IAE ou d'une université française.

> Étudiant titulaire d'un BAC + 4 ou équivalent hors université française.

> Étudiant titulaire d'un BAC à BAC + 3 avec une expérience professionnelle significative, et passage en commission VAPP.

Modalités d'inscription

Candidatures à partir d'avril sur E CANDIDAT

<https://ecandidat.appli.univ-poitiers>.

Etude des dossiers mi mai et entretiens en juin.

Pré-requis nécessaires

- * Niveau de français minimum requis : C1.

Et après

Poursuite d'études

Possibilité de poursuivre vers un Doctorat.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

Programme

Organisation

Master 1 à Poitiers: Le premier semestre procure aux étudiants un socle de connaissances et une culture générale indispensables pour entamer une carrière professionnelle dans le domaine de la gestion. Le deuxième semestre évolue naturellement vers une spécialisation en marketing qui sera étendue en Master 2.

M2 parcours Marketing et stratégies de marques

Semestre 3

UE1 Développement produits et marques	9 crédits	78h
Stratégie de Marques		18h
Gestion de produits nouveaux		15h
Marketing international		18h
Responsabilité Sociale des Entreprises		12h
Conférences Professionnelles		15h
UE2 Marketing stratégique	6 crédits	72h
Gestion de projets Marketing		30h
Stratégie prospective		18h
Stratégie d'internationalisation		18h
Conférences professionnelles		6h
UE3 Marketing digital de la marque	6 crédits	84h
E-marketing		18h
E-commerce		14h
Communication digitale		21h
Distribution cross-canal		18h
Conférences professionnelles		13h
UE4 Etudes et recherches en marketing	6 crédits	76h
Etudes et méthodes quantitatives approfondies		21h
Etudes et méthodes qualitatives approfondies		21h
Problèmes actuels en marketing et méthodologie pour le mémoire		22h
Conférences professionnelles		12h
UE5 Langues	3 crédits	40h
Anglais		20h
LV2		20h

Semestre 4

UE6 Stage	30 crédits
Stage	30 crédits