MASTER MARKETING, VENTE

M2 Marketing, vente FAD (Formation à distance)

Niveau de diplôme	ECTS	Durée	Composante	Langue(s) d'enseignement
Bac +5	**60 crédits**	**1 an**	**Institut d'Administration des Entreprises (IAE)**	**Français**

Présentation

Le parcours « Marketing - Stratégie de Marque » 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.

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 est de 60%.
Le taux de réussite est de 84.6%.

Objectifs

Les stratégies marketing des entreprises traditionnelles sont passées d'une logique « produit ou service » à une logique « client », d'une démarche « réactive » à une approche « proactive ». Voici autant de changements de cap qui font qu'aujourd'hui les sociétés repensent leur mode d'organisation. L'important est de placer le client au cœur de la stratégie de l'entreprise.

Le Master Marketing et Stratégie de Marques vise à former des décideurs capables de définir un projet marketing, de formuler une stratégie et d'animer une équipe.

La formation est organisée autour de 4 axes :

• Marketing stratégique

• Développement de produits et marques

• Etudes et recherche marketing

• Marketing digital de la marque

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.

Le programme vise à former des professionnels de haut niveau dans 3 champs de compétences du marketing :

• Marketing produit

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 12 février 2020

• Marketing études

• Marketing opérationnel et digital

Il propose aussi une ouverture sur des domaines spécifiques du marketing à travers l'UE marketing sectoriels :

• Marketing B to B

• Marketing des services

• Marketing du luxe.

Les + de la formation

- un regroupement pour les matières du semestre 1 : mi-octobre (3 jours)
- un regroupement fin mars pour les matières du semestre 2 : (2 jours)
- des examens fin mars (matières semestre 1): 3 jours
- examen début juin (matières semestre 2): 2 jours
- package pédagogique remis à la rentrée (ou envoyé à domicile) comprenant un fascicule de cours par matière et des ouvrages de référence
- une plateforme en ligne dédiée à la formation à distance sur laquelle les étudiants pourront s'exercer, se contacter et contacter directement les enseignants et des devoirs d'entrainement.

Organisation

Stages

Stage : Obligatoire

Durée du stage : 6 mois

Stage à l'étranger : Possible

Les étudiants doivent faire un stage de 6 mois dans le domaine de la formation.
Les étudiants salariés sont dispensés de stage.
A l'issu du stage, les étudiants doivent fournir un mémoire ainsi que d'une vidéo de 3 minutes.
Les étudiants dispensés de stage doivent fournir un mémoire et une vidéo.

Admission

Conditions d'admission

> Etudiant titulaire d'un Master 1 de l'IAE ou d'une Université française, dans le domaine.
> Etudiant titulaire d'un Bac+4 ou équivalent hors Université française, et passage en commission CE
> Etudiant 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.fr
Etude des dossiers et entretien téléphonique par le responsable de formation.

Et après

Poursuite d'études

Possibilité de poursuivre vers un doctorat.

Infos pratiques

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 12 février 2020

Autres contacts

Matthieu DESCOUX - Gestionnaire scolarité - 05.49.45.42.49 - mdescoux@poitiers.iae-france.fr

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 12 février 2020

Programme

Organisation

Cette formation est organisée à distance sur une année.
Les cours sont dispensés en ligne, d'octobre à fin septembre.
Deux regroupements ont lieu à l'IAE en octobre et en mars.
Les examens peuvent se dérouler dans des centres à l'étranger ou à l'IAE de Poitiers en mars et en juin.
Un stage de 6 mois est prévu (non obligatoire pour les salariés).

Mode full (title / type / CM / TD / TP / credits)

M2 Marketing, vente FAD (Formation à distance)

Semestre 3

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE1 Stratégie	UE		84h		9 crédits
Management stratégique	MATIERE		21h		
Stratégie prospective	MATIERE		21h		
Stratégie de marques pour les produits et services	MATIERE		21h		
Stratégies d'internationalisation	MATIERE		21h		
UE2 Marketing sectoriel	UE		63h		6 crédits
Marketing des services	MATIERE		21h		
Marketing B to B	MATIERE		21h		
Marketing du luxe	MATIERE		21h		
UE3 Marketing fondamental	UE		84h		9 crédits
Comportement du consommateur	MATIERE		21h		
Communication	MATIERE		21h		
Etude de marché	MATIERE		21h		
Marketing management	MATIERE		21h		
UE4 Marketing digital	UE		63h		6 crédits
Distribution cross canal	MATIERE		21h		
CRM	MATIERE		21h		
E-marketing et E-commerce	MATIERE		21h		

Semestre 4

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE5 Valoriser son expérience	UE		21h		30 crédits

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 12 février 2020

Mémoire et soutenance	MATIERE	21h

UE = Unité d'enseignement
EC = Élément Constitutif

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 12 février 2020