

## MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL

Diplôme national

Master mention marketing et vente - Parcours Marketing stratégique et opérationnel  
 Finalité Bac+5 - niveau 1 - Inscrit de droit au RNCP - Eligible au CPF

### Coordination pédagogique

**Olivier DROULERS**

Professeur des Universités



**Dany VYT**

Maître de conférences



Chargée de mission

Chrystèle ALIX

[chrystele.alix@univ-rennes1.fr](mailto:chrystele.alix@univ-rennes1.fr)

Tél. 02 23 23 46 49

Assistante formation

Caroline HARDOUIN

[caroline.hardouin@univ-rennes1.fr](mailto:caroline.hardouin@univ-rennes1.fr)

Tél. 02 23 23 38 82

### Public

Cette formation marketing généraliste en alternance, s'adresse aux étudiants en poursuite d'études de moins de 26 ans ou demandeur d'emploi âgés de plus de 26 ans à la signature du contrat de professionnalisation.

Les étudiants présentent des profils très divers ; cette hétérogénéité des fonctions est une richesse de la formation qui permet des échanges de pratiques et d'expériences au sein du groupe de professionnels.

### Objectifs, compétences développées

Le master marketing stratégique et opérationnel permet de développer un large ensemble de compétences dans différents domaines d'application très variés, avec de nombreuses applications pratiques en partenariat avec des entreprises : travaux de terrain en groupe, études de cas... Le parcours de contrat de professionnalisation constitue un véritable tremplin pour les étudiants désireux de finaliser leurs connaissances dans le domaine du marketing tout en mettant un pied dans le monde de l'entreprise. La diversité des intervenants combinant des enseignants-chercheurs ainsi que de cadres en entreprises reconnus pour leur expertise, constitue l'assurance de contenus de cours à la pointe de l'innovation et des réalités du monde du travail.

Cette formation prend en compte les plus récentes évolutions du marketing : branding, intelligence marketing, digital marketing, neuromarketing, distribution omni-canal, marketing participatif, géomarketing, CRM, PAO....

Le cursus pédagogique intègre l'utilisation de plusieurs logiciels professionnels, et plus spécifiquement : **Suite Adobe** (design graphique), **MarkStrat** (jeu d'entreprise), **Experiment Center et BeGaze** (eye tracking), **Mapinfo** (logiciel de cartographie numérique en géomarketing), **SAP Lumira et SAP Predictive analysis (les outils de Big Data de SAP)**.

### Débouchés

Formation résolument professionnelle, le master affiche un taux d'employabilité de plus de 90% six mois après la fin du diplôme dans tous les domaines du marketing et tous les secteurs d'activité.

Ce master prépare les étudiants à de multiples fonctions d'encadrement et d'expertise dans le domaine du marketing et de la gestion commerciale : chef de projet marketing, chef de produit, chef de gamme, social media manager, community manager, responsable marketing web, chef de publicité, chef de groupe, chargé de communication, chargé d'études marketing, responsable des ventes, développeur ...

# MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL

## Informations et inscriptions

Service Formation Continue et Alternance

**IGR-IAE Rennes**

11 rue Jean Macé  
CS 70803  
35708 Rennes Cedex 7

Tél. 02 23 23 38 84  
sfc-igr@univ-rennes1.fr

## En savoir plus

[www.igr.univ-rennes1.fr](http://www.igr.univ-rennes1.fr)

## Modalités pratiques

### Prix de la formation

- Master 1 : 6000 €

- Master 2 : 7000 €

*Les coûts de formation seront pris en charge totalement par l'entreprise et/ou l'organisme de financement*

### Durée

- Master 1 : 455 h

- Master 2 : 455 h

### Lieu des cours

IGR-IAE Rennes

### Nombre de places

20/25

## Candidature

En ligne sur notre site :

<http://www.igr.univ-rennes1.fr>

## Calendrier

**Date limite de dépôt de dossier : 19/04/2020**

**Début des cours : 07/09/2020**

## Organisation pédagogique

Les enseignements sont répartis sur deux années (4 semestres). La validation se fait par crédits ECTS (une année universitaire équivaut à 60 crédits ECTS). Chaque année de formation comprend environ 1200 heures en entreprise. Les étudiants alternent les semaines de cours à l'Université et les semaines en entreprises. Le Master comprend 455 heures de formation par année. Ces heures sont réparties sur un total de 15 semaines de cours en Master 1 de 14 semaines en Master 2.

## Conditions d'accès

**Accès en Master 1 :** Etre titulaire d'un diplôme ou d'une formation validant 180 ECTS (Licence) et du Score IAE Message.

**Accès en Master 2 :** Etre titulaire d'un Master 1 (Economie, Gestion, Finance, Comptabilité-Contrôle-Audit, MASS, AES, etc...), et du Score IAE Message.

**Sélection :** Admissibilité sur examen du dossier (cursus et résultats antérieurs, expériences de stages, motivations, projet professionnel ; Score IAE Message). Admission suite à un entretien et à la signature d'un contrat de professionnalisation (mission soumise à l'approbation du responsable pédagogique).

# MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL

## PROGRAMME

### MASTER 1

#### Semestre 1

##### UE 1 – Communication visuelle 4 ECTS / 49 h cours

- Conception et design graphique
- Créativité
- Communication publicitaire

##### UE 2 – Etudes de marché, datamining et panels 8 ECTS / 63 h cours

- Etudes de marché
- Computing et Data mining
- Les panels au cœur de la démarche marketing B to C

##### UE 3 – Stratégie marketing et politique de produits, de prix 6 ECTS / 42 h cours

- Stratégie marketing
- Politique de produit et de prix

##### UE 4 – Merchandising et marketing du point de vente 7 ECTS / 42 h cours

- Merchandising
- Marketing sensoriel

##### UE 5 – Comportement du consommateur 5 ECTS / 35 h cours

- Comportement du consommateur
- Eye tracking

#### Semestre 2

##### UE 1 – Droit du marketing 4 ECTS / 21 h cours

- Droit social
- Droit des marques

##### UE 2 – Jeu d'entreprise et marketing d'expert 2 ECTS / 52,5 h cours

- Séminaire jeu d'entreprise
- Marketing d'expert

##### UE 3 – Digital Marketing 6 ECTS / 35 h cours

- Digital marketing
- Anglais

##### UE 4 – Retailing 5 ECTS / 35 h cours

- Stratégie des distributeurs : du cross à l'omni-canal
- Franchising, retail & service chains

##### UE 5 – Contrôle de gestion pour la décision marketing 5 ECTS / 21 h cours

- Comptabilité financière
- Comptabilité de gestion
- Contrôle de gestion

## MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL

### UE 6 – Synthèse bibliographique / rapport de stage

8 ECTS / 39 h cours

- Synthèse bibliographique
- Parcours travail carrière

**Soit 455 h dont 434,5 h de cours et 20,5 h d'examens**

## MASTER 2

### Semestre 1

#### UE 1 – Création graphique

6 ECTS / 35 h cours

- PAO

#### UE 2 – Communication marchande et marketing social

8 ECTS / 42 h cours

- Communication marchande
- Marketing social

#### UE 3 – Marketing et management

8 ECTS / 63 h cours

- Management d'équipe
- Marketing et management des services

#### UE 4 – Géomarketing et CRM

8 ECTS / 59h cours

- CRM et fidélisation du client
- Géomarketing et marketing spatial
- Marketing d'expert

### Semestre 2

#### UE 1 – Consommation et neurosciences

5 ECTS / 35 h cours

- Eye tracking
- Neurosciences du marketing

#### UE 2 – Digital marketing, stratégie d'entreprise

5 ECTS / 63 h cours

- Conception et mise à jour de site
- Digital marketing
- Marketing participatif
- Stratégie d'entreprise

#### UE 3 – Marketing international

6 ECTS / 42 h cours

- Anglais
- Marketing international

#### UE 4 – Business to Business, Commerce et vente

4 ECTS / 49 h cours

- Business to Business
- Commerce et vente
- Big data

#### UE 5 – Synthèse bibliographique / Mémoire professionnel

10 ECTS / 49 h cours

- Mémoire
- Parcours travail carrière

**Soit 455 h dont 437 h de cours et 18 h d'examens**