

MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL

Diplôme national

Master mention marketing et vente parcours marketing stratégique et opérationnel

Finalité : Formation à temps partiel - Bac+5 – niveau 1 - Inscrit de droit au RNCP – Eligible au CPF

Responsable pédagogique

Olivier DROULERS
 professeur des Universités
 à l'IGR-IAE Rennes



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 77 77 /61 33
 sfc-igr@univ-rennes1.fr

En savoir plus

www.igr.univ-rennes1.fr

Public

Cette formation s'adresse aux professionnels en activité ou en reconversion professionnelle qui souhaitent évoluer dans des fonctions d'encadrement et d'expertise dans le domaine du marketing et de la gestion commerciale au sein d'entreprises industrielles, commerciales et de services.

Objectifs, compétences développées

Le master mention marketing et vente parcours marketing stratégique et opérationnel permet de développer un ensemble de compétences large dans des domaines d'application très variés tels que :

- **l'étude et le conseil** : réaliser et analyser des études de marché quantitatives et qualitatives ;
- **la communication** : définir une stratégie de communication, bâtir une campagne d'action et en mesurer les impacts, établir un suivi des actions dans le temps ;
- **le merchandising** : analyser la performance d'une politique d'assortiment, optimiser l'implantation des produits dans l'espace de vente, tant pour une entreprise de fabrication que pour un commerce ;
- **le marketing de produit** : faire un diagnostic stratégique et opérationnel d'un produit ou d'une gamme, négocier en interne et en externe pour l'ajustement de la politique et la réalisation des objectifs, lancer des produits et services nouveaux et en définir le mix ;
- **le management de la force de vente** : recruter, former, organiser et animer la force de vente sur le terrain.

Débouchés

Ce master 2 prépare les stagiaires à de multiples fonctions d'encadrement et d'expertise dans le domaine du marketing et de la gestion commerciale : chef de produit, chef de publicité, responsable des ventes, directeur commercial, chargé d'étude de marché ...

Modalités pratiques

Prix de la formation :

- 7000 €

(hors droits d'inscription universitaire)

Durée :

- 464 h

Lieu des cours :

- IGR-IAE Rennes

Nombre de places :

- 20/25

Inscription en ligne

Inscription en ligne sous notre site internet

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

Calendrier

Date limite de dépôt des candidatures :

- 1^{ère} session :

10 mai 2020

- 2^{nde} session :

14 juin 2020

(sous réserve de places disponibles)

Début des cours :

- septembre

Fin de formation :

- fin septembre

Conditions d'accès

Être titulaire d'un diplôme de niveau bac +4 (sciences de gestion, sciences économiques, AES, droit, LEA, école de commerce, diplôme consulaire...) et d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum dans une fonction commerciale ou marketing.

Dérogations possibles : être titulaire d'un diplôme de niveau bac+2 minimum et d'une expérience professionnelle d'une durée de 5 ans minimum qui sera appréciée par le jury de recrutement.

Sélection des candidats : étude des dossiers de candidature - entretiens individuels pour les candidats présélectionnés.

Organisation pédagogique

La formation est organisée en unités d'enseignement (UE). La validation se fait par crédits ECTS (une année universitaire équivaut à 60 crédits ECTS).

A l'issue de l'année de Master 2, le stagiaire doit totaliser 60 crédits, répartis sur les 11 UE et se voit délivrer le diplôme de grade Master marketing et vente.

Les **cours ont lieu à raison de 3 jours (jeudi, vendredi et samedi), en moyenne, tous les quinze jours**. Les enseignements dispensés apportent au stagiaire une maîtrise des concepts habituellement utilisés en gestion et une capacité d'analyse et de réflexion. Ces atouts lui permettent de résoudre des problèmes de plus en plus complexes et transversaux et de faire face à des situations diverses vécues au cours de sa carrière.

Pour les personnes en recherche d'emploi, un **stage en entreprise** est très fortement recommandé. Le stage doit être effectué sur le temps de la formation. Ce stage permet à la fois de mettre en application les connaissances ainsi que de connaître le secteur d'activité concerné ; il est donc un complément majeur de la formation en vue d'une reprise d'activité.

Moyens pédagogiques et techniques

Le cursus pédagogique intègre l'utilisation de plusieurs logiciels professionnels, et plus spécifiquement :

- **Suite Adobe** (design graphique)
- **Experiment Center et BeGaze** (eye tracking)
- **MAP Info** : logiciel de cartographie numérique (géomarketing)

PROGRAMME

Le master 2 (M2) aborde de manière approfondie l'ensemble des disciplines liées au marketing. L'enseignement allie la présentation des éléments conceptuels et l'approche pratique et professionnelle (cours, photocopies, supports écrits, études de cas...).

Semestre 1

UE 1 - Marketing fondamental et communication visuelle 3 ECTS / 35 h cours

- Conception et design graphique
- Marketing fondamental

UE 2 - Distribution 6 ECTS / 63 h cours

- Analyse de panel
- Distribution
- Merchandising et e-merchandising

UE 3 - Politique de produit, de prix et marketing des services 6 ECTS / 56 h cours

- Marketing des services
- Politique de produit et de prix

UE 4 - Etudes de marché et datamining 5 ECTS / 70 h cours

- Etudes de marché et datamining
- Géomarketing
- Créativité

UE 5 - Comportement du consommateur et de l'acheteur 5 ECTS / 28 h cours

- Neurosciences du consommateur
- Nudge

UE 6 - Digital marketing et marketing participatif 5 ECTS / 28 h cours

- Digital marketing

semestre 2

UE 1 - Marketing international 5 ECTS / 28 h cours

- Marketing International

UE 2 - Business to business et Marketing social 5 ECTS / 28 h cours

- Business to business
- Marketing social

UE 3 - Communication 5 ECTS / 28 h cours

- Branding et communication de marque

UE 4 - Commerce vente, plan marketing et fidélisation client 5 ECTS / 49 h cours

- Commerce-vente
- Le plan marketing
- CRM et fidélisation client

UE 5 - Mémoire professionnel 10 ECTS / 21 h cours

- Méthodologie sur la rédaction d'un mémoire (lié à l'activité professionnelle ou au stage effectué par le stagiaire ou sur un sujet proposé par le responsable pédagogique)

Soit **464 h** dont 434 h de cours et 30 h d'examens.