

Master Mention Marketing vente Parcours Marketing stratégique et opérationnel - Double compétence (MSO 2022-2024)

REFERENCE : 43PB576K

Apprentissage CFA du SUP (contrats privés)

PRESENTATION DE LA FORMATION

Années universitaires 2022/2023 et 2023/2024

PEDAGOGIE	SUPPORT ADMINISTRATIF (SEFCA)
Institut d'Administration des Entreprises (IAE) Responsable pédagogique Blandine ANTEBLIAN Maître de Conférences Tél : 03 80 39 35 03 Blandine.Anteblian@u-bourgogne.fr	Assistant(e) de formation Coraline DUCLOUX / Tél : 03 80 39 37 71 Ingénieur de formation Morgane JESTIN / Tél : 03.80.39.52.86 Adresse de contact formation.continue-iae@u-bourgogne.fr

OBJECTIFS

L'objectif de la formation est d'une part, de faire acquérir aux stagiaires un ensemble de connaissances et de pratiques nécessaires à des fonctions d'encadrement marketing :

- concepts et théories marketing
- méthodes et outils marketing
- compréhension de l'environnement de la fonction marketing
- connaissances sectorielles.

D'autre part, la formation vise à aider les stagiaires à acquérir un professionnalisme affirmé à travers une forte implication de la part de spécialistes du marketing issus du monde de l'entreprise dans la formation : participation aux enseignements, conférences.

L'Anglais des affaires est enseigné tout au long du parcours et les stagiaires sont préparés au TOEIC avec une session par an intégrée dans le Master 2. Les enseignements s'effectuent pour partie en laboratoire de langues.

PUBLIC

Cette formation est accessible

- en contrat d'apprentissage,
- en contrat de professionnalisation (pour les moins de 26 ans, et les demandeurs d'emploi de 26 ans et plus),
- aux salariés en reprise d'étude.

PRE-REQUIS

Accès au Master sur sélection :

Mention de licence prioritaire : Gestion

Procédure : examen des dossiers puis, pour les dossiers retenus, entretien.

Examen des dossiers : le parcours est ouvert aux étudiants titulaires d'une licence de gestion.

Pré-requis : bases de la gestion (comptabilité, contrôle de gestion, finance, RH, méthodes quantitatives, anglais) et plus particulièrement bases solides en marketing.

La commission pédagogique appréciera la qualité du dossier sur l'ensemble du parcours universitaire (qualité, homogénéité et régularité des résultats, mentions...)

Pièces requises dans le dossier : CV, lettre de motivation, relevés de notes de chaque année universitaire depuis le baccalauréat inclus.

Entretien : La commission pédagogique appréciera la motivation du candidat, son expérience professionnelle ou stages effectués dans les domaines marketing et/ou commercial ainsi que la qualité de son projet professionnel. A l'issue de la procédure, le Jury arrêtera la liste définitive des candidats admis à la formation.

Le candidat doit effectuer sa candidature en ligne via e-candidat (lien sur le site de l'IAE Dijon). Les dates d'ouverture et de clôture des candidatures seront également indiquées sur le site.

FORMATEURS

- Enseignants-chercheurs et personnels enseignants de l'IAE de Dijon, de l'UFR Sciences Economie Gestion et de l'IUT de Dijon,
- Professionnels des sciences du management et du marketing

ORGANISATION DE LA FORMATION

- Durée de la formation : 455h de cours en 1ère année, 448h en 2ème année.
- Lieu de la formation : IAE Dijon - Pôle d'Économie et de Gestion (PEG) - 2 bd Gabriel - 21000 DIJON
- Rythme de la formation : 1 à 2 semaines de cours par mois de septembre à juin
- Une soutenance de projet professionnel est prévue en fin de cursus

METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

- Cours magistraux
- Études de cas, jeux d'entreprise
- Travaux pédagogiques encadrés
- Conférences et séminaires
- Visites d'entreprises

MOYENS TECHNIQUES

L'IAE bénéficie de tous les équipements requis : salles de cours équipées, bibliothèque (regroupant de nombreux ouvrages dédiés à la gestion et abonnements à des revues professionnelles), salles informatiques réservées...

Compte tenu de la taille de chaque promotion (25 personnes), la pédagogie développée par l'équipe est dynamique et interactive.

PROCESSUS DE SELECTION PEDAGOGIQUE ET DE RECRUTEMENT

Le dépôt de candidature est effectué en ligne à partir du mois de mars, en suivant la procédure indiqué sur le site internet de l'IAE Dijon : <https://iae.u-bourgogne.fr/inscriptions/>

Les candidatures sont gérées par le secrétariat pédagogique de l'IAE de Dijon. L'admission est prononcée par une commission composée par l'équipe pédagogique intervenant dans la formation. Les personnes dont le dossier est retenu sont alors convoquées pour un entretien oral. La liste définitive des admis en formation est alors communiquée à la mi-juin.

La signature d'un contrat en alternance est nécessaire pour l'entrée en formation.

Si le candidat ne répond pas aux pré-requis nécessaires pour déposer sa candidature au diplôme, il doit constituer un dossier de demande de validation des acquis professionnels qui sera examiné par un jury compétent (en parallèle du dépôt de candidature). Le dossier est disponible sur demande au SEFCA.

L'inscription à l'Université de Bourgogne est effectuée par le SEFCA, dès le retour du dossier d'inscription administrative et la signature du contrat d'alternance, au plus tard la veille de la rentrée scolaire.

MODALITES D'EVALUATION ET SANCTION DE LA FORMATION

Les règles communes aux études LMD sont précisées dans le Référentiel commun des études mis en ligne sur le site de l'Université :
<http://www.u-bourgogne.fr/images/stories/odf/ODF-referentiel-etudes-lmd.pdf>

L'étudiant devient titulaire du "Master Droit Économie Gestion, mention Marketing, parcours Marketing Stratégique et opérationnel" s'il valide les deux semestres de formation avec une moyenne générale supérieure à 10/20.

COMPETENCES ACQUISES ET DEBOUCHES

Les grandes fonctions relatives à la fonction marketing sont abordées dans un contexte très professionnalisant. La pédagogie est largement fondée sur la mise en situation.

Le Master s'effectue en alternance en entreprise sur 24 mois, ce qui confère une véritable expérience professionnelle avec des compétences métiers reconnues aux alternants.

Compétences acquises à l'issue de l'année de formation de M2 Marketing Stratégique et Opérationnel :

- Marketing des études : réalisation d'un brief, méthodes d'études de marché
- Analyse marketing : panels, méthodologie qualitative, ethno-marketing
- Etude du comportement du consommateur
- Mise en place d'une stratégie marketing
- Compétences en Marketing opérationnel = produit, prix, communication, distribution.
- Communication : stratégie, création, techniques de communication
- Marketing digital : marketing viral, marketing relationnel et e-commerce
- Gestion du point de vente et du canal logistique.
- Négociation commerciale en B2C et en B2B (marchés industriels)
- Droit de la consommation.

Des besoins importants de cadres en marketing de niveau 1 (Bac + 5) sont identifiés au plan national et régional notamment dans les secteurs des services.

Les débouchés sont multiples. Les diplômés (anciennement DESS marketing et Master marketing depuis 2003) occupent des fonctions variées.

- Secteurs d'activités :

Entreprises du secteur privé de divers secteurs d'activités : industriel, produits de grande consommation, services, établissements bancaires et financiers.

- Types d'emplois accessibles :

1. Assistant / Directeur marketing
2. Assistant / Chef de produit, chef de marque
3. Assistant / Category Management
4. Chargé d'études en entreprise / institut d'études/ société de panels
5. Responsable de secteur/directeur commercial
6. Négociateur en milieu industriel ou dans une entreprise de services/ Compte clé
7. Responsable communication/promotion des ventes

INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

N° de fiche RNCP 35907

site internet de l'IAE Dijon :

<https://iae.u-bourgogne.fr/formations/masters/master-marketing.html>

Plus d'infos sur <http://sefca.u-bourgogne.fr>