



Formation en alternance

MASTER Marketing et Vente

Parcours MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL

En contrat de professionnalisation

Master mention marketing et vente parcours marketing stratégique et opérationnel - Formation à temps partiel
Diplôme national - Finalité : Bac+5 – niveau 1 - Inscrit de droit au RNCP

IGR-IAE Rennes

11 rue Jean Macé
CS 70803
35708 Rennes cedex 7
Tél. 02 23 23 77 77
www.igr.univ-rennes1.fr

> Une formation qui prend en compte les plus récentes évolutions du marketing : branding, intelligence marketing, digital marketing, neuromarketing, distribution omni-canal, marketing participatif, géomarketing...

> De nombreuses applications pratiques en partenariat avec des entreprises : travaux de terrain en groupe, études de cas...

> Un réseau dynamique de 19 000 diplômés : IGR Alumni

> Etre âgé de moins de 26 ans en poursuite d'études ou demandeur d'emploi âgé de plus de 26 ans à la signature du contrat de professionnalisation.

Présentation

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

- **Intelligence marketing, études et conseil** : concevoir, réaliser et analyser des études de marché.
- **Digital marketing** : Apprendre à intégrer le digital marketing et ses opportunités dès la phase de réflexion stratégique (vente en ligne, référencement, social media marketing, stratégie d'e-mailing, m-commerce, gamification).
- **Branding et communication publicitaire** : Construire une plateforme de marque, écrire un brief agence, juger une création, définir un écosystème de communication.
- **Distribution : du cross à l'omni-canal** : Organiser une distribution omni-canal ; analyse de données de panels distributeurs et consommateurs.
- **Merchandising** : Analyser la performance d'une politique d'assortiment, optimiser l'implantation des produits dans l'espace de vente, mise en œuvre du category management.
- **Marketing produit et de prix** : Construire et développer une offre au sein d'un marché, gérer opérationnelle ment un produit en fonction de son cycle de vie, Gérer l'assortiment et le renouvellement de l'offre. Élaborer une politique de prix adaptée à son positionnement et à son marché.
- **Management de la force de vente** : Recruter, former, organiser et animer la force de vente sur le terrain.
- **Neuromarketing** : Comprendre l'intérêt du paradigme et des méthodes neuroscientifiques pour une meilleure compréhension du comportement du consommateur ; utilisation d'un matériel eye tracking.
- **CRM, Fidélisation clients, Marketing des services** : Comprendre les enjeux de la mise en place d'une politique centrée client incarnée par le déploiement d'un outil CRM.
- **Big data** : A travers des cas concrets directement applicables en entreprise, les étudiants se familiariseront avec les concepts de traitement des données et de l'analyse prédictive.
- **Géomarketing** : Techniques d'implantation des points de vente, détermination d'une zone de chalandise, calcul d'un marché potentiel.
- **Marketing social** : montrer comment des techniques marketing peuvent aider à modifier les comportements des individus dans le domaine du social, de la santé et de l'environnement (tabac, alcool, SIDA, drogue, pollution;...)

Inscriptions

A partir du 2 février 2019, sur le portail de l'Université de Rennes 1 :
candidatures.univ-rennes1.fr

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)**.

Tarifs nets de taxes

- Master 1 : 6 000 €

- Master 2 : 7 000 €

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

Contacts

Responsables pédagogiques

Olivier DROULERS

Professeur des Universités



Dany VYT

Maître de conférences



Chargée de mission

Nicole SINEUX

nicole.sineux@univ-rennes1.fr

Tél. 02 23 23 77 99

Assistante formation

Caroline HARDOUIN

caroline.hardouin@univ-rennes1.fr

Tél. 02 23 23 38 82

Métiers

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 ...

Atouts du master

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.

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.

Organisation des études

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 1 comprend 444,5 heures de formation réparties sur un total de 15 semaines de cours. Le Master 2 comprend 424 h de formation réparties sur un total de 14 semaines de cours.

Candidatures et inscription

- 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).