

MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL

Diplôme national

Master mention marketing et vente - Parcours Marketing stratégique et opérationnel
 Finalité Bac+5 - niveau 7 - Inscrit de droit au RNCP - Eligible au CPF

Responsables pédagogiques

Olivier DROULERS

Professeur des Universités



Dany VYT

Maître de conférences



Chargée de mission

Chrystèle ALIX

chrystele.alix@univ-rennes1.fr

Tél. 02 23 23 46 49

Assistante formation

Caroline HARDOUIN

caroline.hardouin@univ-rennes1.fr

Tél. 02 23 23 78 79

Informations et inscriptions

IGR-IAE Rennes

11 rue Jean Macé

CS 70803

35708 Rennes Cedex 7

Tél. 02 23 23 77 77

sfc-igr@univ-rennes1.fr

Public

Les étudiants présentent des profils de formation très divers. Cette hétérogénéité constitue une richesse qui permet des échanges de pratiques et d'expériences au sein du Master.

Condition d'âge :

- Contrat de professionnalisation : être 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.
- Contrat d'apprentissage : Etre âgé de moins de 30 ans à la signature du contrat.

Objectifs, compétences développées

Le master marketing stratégique et opérationnel permet de développer un large ensemble de compétences dans des domaines d'application très variés. Les cours mobilisent des méthodes pédagogiques variées : cas d'entreprise, travaux en groupe, serious game...

Le parcours en alternance constitue un véritable tremplin pour les étudiants désireux à la fois de finaliser leurs connaissances académiques dans le domaine du marketing et de s'investir dans le monde de l'entreprise. La diversité des intervenants associant des enseignants-chercheurs et des 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, e-merchandising, social media....

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), logiciels libres de cartographie numérique en géomarketing, **SAP Lumira et SAP Predictive analysis (les outils de Big Data de SAP)**.

En savoir plus

www.igr.univ-rennes1.fr

Modalités pratiques

Prix de la formation

- Master 1 : 6300 €

- Master 2 : 7300 €

Pour les **contrats de professionnalisation**

Tarif de branche défini par France Compétences pour les contrats d'apprentissage

Code RNCP : **31501**

Code formation : **13531276**

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>

A partir du 13 Février, sur le portail de l'université de Rennes 1 :

candidatures.univ-rennes1.fr

Calendrier

Date limite dépôt dossier :

12/04/21

Début des cours : 06/09/21

Début entreprise : 30/08/21

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 ...

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 entreprise. 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 (Gestion, Economie, Droit, MASS, MIASHS, AES, ...) 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 d'alternance d'un an (M2) ou deux ans (M1) (missions soumises à l'approbation du responsable pédagogique).

PROGRAMME MASTER 1

Semestre 1

UE 1 – Communication visuelle

5 ECTS / 49 h cours

- Conception et design graphique
- Créativité
- Communication publicitaire

UE 2 – Etudes de marché, datamining et panels

7 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 / 56 h cours

- Séminaire jeu d'entreprise
- Marketing d'expert

UE 3 – Digital Marketing

6 ECTS / 21 h cours

- Digital marketing
- E-merchandising

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

UE 6 – Synthèse bibliographique / rapport de stage

8 ECTS / 52 h cours

- Synthèse bibliographique
- Parcours travail carrière

Soit 455 h dont 437h de cours et 18 h d'exams

PROGRAMME 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 / 49 h cours

- Management d'équipe
- Marketing et management des services

UE 4 – Géomarketing et CRM 8 ECTS / 63h 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 / 84 h cours

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

UE 3 – Marketing international 5 ECTS / 28 h cours

- Marketing international

UE 4 – Business to Business, Commerce et vente 5 ECTS / 56 h cours

- Business to Business
- Commerce et vente
- Big data

UE 5 – Synthèse bibliographique / Mémoire professionnel 10 ECTS / 41 h cours

- Mémoire
- Parcours travail carrière

Soit 455 h dont 433 h de cours et 22 h d'examens