

MASTER MARKETING, VENTE

RÉSUMÉ DE LA FORMATION

Type de diplôme : Master LMD

Domaine(s) ministériel(s) : Droit, économie, gestion

PLUS D'INFOS

Durée : 2 ans

Niveau d'étude : BAC +5

Public concerné

* Formation initiale

* Apprentissage

Nature de la formation : Diplôme national

Langue(s) d'enseignement : Français

Présentation

“ **Nouveau** : ouverture de cette formation à la rentrée 2022 en M1, puis en M2 en septembre 2023, avec un parcours Marketing des Services et Expérience Client.

Le nouveau **Master 1 Marketing Vente** ouvre a# partir de septembre 2022, et le **Master 2** ouvrira dans la continuité en septembre 2023, autour d'un parcours **Marketing des Services et Expérience Client**. D'autres parcours de Master 2 sont d'ores et déjà à l'étude.

Ces masters forment aux métiers de cadres marketing : chef de produit, chef de marque, chef de marché, product manager, chargé(e) de projet marketing, consultant(e) marketing, chef de publicité, chargé de communication, chargé de communication digitale, responsable marketing digital, web marketer, responsable relation client... et à terme, responsable marketing, chef de groupe marketing, directeur(-trice) marketing.

Ces fonctions marketing sont recherchées dans tous les secteurs d'activités – services (assurance, banque, distribution, santé#...), conseil, management public (collectivités territoriales) – et dans les entreprises de toutes tailles, des start-up aux multinationales.

Objectifs

Le master Marketing-Vente vise globalement à former des **cadres de haut niveau en marketing**, qui auront à concevoir, mettre en place et gérer une offre de produits ou services compétitive, adaptée aux besoins de ses clients et en ligne avec les préoccupations sociétales actuelles.

La première année du Master permet d'approfondir la formation **en management et en marketing** nécessaire à **tout cadre désirant exercer des responsabilités dans ce domaine, au sein d'une organisation privée, publique, ou associative**. Elle propose un socle commun de connaissances en management et en marketing,

La seconde année du Master apporte une spécialisation dans un domaine particulier du marketing. Le premier parcours de Master 2 ouvrira en septembre 2023 sur le thème **Marketing des Services et Expérience Client**

Savoir faire et compétences

- * Élaborer une vision stratégique en marketing : analyser une situation de concurrence sur un marché, définir une stratégie marketing
- * Concevoir et piloter les processus de production de service et des parcours clients : concevoir des offres de services innovantes, proposer et gérer le parcours et l'expérience client, optimiser les revenus et la politique de prix, animer un réseau de production/distribution en omni-canal, gérer des campagnes de communication diversifiées et efficaces
- * Gérer la relation client, la qualité de service et de l'expérience client, la satisfaction client, les réclamations et la fidélisation
- * Connaître les tendances et porter un regard critique sur les évolutions en cours
- * Maîtriser les outils et techniques mis en place par les professionnels
- * Avoir de réelles aptitudes au travail en équipe et en mode projet, et à la communication
- * Travailler en partenariat avec les autres fonctions de l'entreprise ou de l'organisation
- * S'insérer dans un contexte international

Les + de la formation

Une formation à la pointe des connaissances et des pratiques en marketing des services, qui s'appuie sur un équilibre entre des cours dispensés par des enseignants-chercheurs spécialisés et par des professionnels et acteurs en marketing, en particulier, dans le domaine des services et de l'expérience client.

Le M1 s'ouvre à l'alternance au second semestre ce qui permet :

- * de prendre le temps du premier semestre pour affiner le choix du Master 2
- * de bénéficier au final d'un contrat d'alternance sur 18 mois, véritable expérience professionnelle en entreprise

Contenu de la formation

Master 1 Marketing Vente

1er semestre

- * Management RH 24 heures
- * Management de la chaîne logistique et de projets 24 heures
- * English for Business 17 heures
- * Négociation commerciale / techniques de vente 24 heures
- * Droits des affaires ou droit commercial 20 heures
- * Contrôle de gestion 20 heures
- * Marketing strategy 24 heures

- * Marketing opérationnel 24 heures
- * Consumer behavior 24 heures

2ème semestre

- * Communication et publicité 24 heures
- * Introduction au marketing relationnel 24 heures
- * Management de la marque 24 heures
- * Marketing digital 24 heures
- * Introduction à la recherche en marketing 20 heures
- * Méthodes qualitatives et quantitatives (analyse statistique) 40 heures
- * Mémoire de recherche (partie 1)
- * Certification Google 15 heures
- * Informatique de gestion 15 heures
- * English for Business 15 heures

Master 2 parcours Marketing des Services et Expérience Client

3ème semestre

- * Marketing des services 20 heures
- * Gestion de la relation client/CRM 15 heures
- * Satisfaction, qualité de service et fidélisation du client 15 heures
- * Stratégie de tarification dans les services / Yield management 24 heures
- * Stratégie de distribution et digitalisation dans les services 24 heures
- * Marketing et expérience du consommateur / marketing sensoriel dans les services 24 heures
- * Communication et événementiel dans les services 24 heures
- * Séminaire d'intégration professionnelle 9 heures
- * English for Business 20 heures

4ème semestre

- * Ethique et responsabilité 24 heures
- * Compréhension des comportements et big data 24 heures
- * Nouvelles tendances de consommation 24 heures
- * Marketing des banques coopératives et mutuelles 6 heures
- * Marketing territorial et management public 6 heures
- * Marketing de la santé 6 heures
- * Marketing des événements sportifs et culturels 6 heures
- * Marketing touristique, hôtellerie et restauration 6 heures
- * Etudes et recherche en marketing 24 heures
- * Epistémologie et méthodologie de la recherche 10 heures
- * Analyse des données en marketing (quali et quanti dont scoring, typologie,...) 40 heures
- * Mémoire de recherche (partie 2)
- * Insertion professionnelle : aide à la rédaction de CV et de lettre de motivation, et préparation aux entretiens 9 heures
- * APEC accompagnement alternants 6 heures
- * English for Business - préparation et passage du TOEIC 15 heures

Conditions d'accès

Pour être inscrit dans les formations conduisant au diplôme de master, vous devez justifier :

- * soit d'un diplôme national conférant le grade de licence dans un domaine compatible avec celui du diplôme national de master

L'admission des candidats repose alors sur deux critères : le niveau du dossier du candidat et le projet professionnel (CV, lettre de motivation)

- * soit d'une validation d'études, d'acquis ou d'expériences professionnelles

Modalités d'inscription

En formation initiale :

Le dépôt de candidatures se fera en ligne à **partir de début mars** sur l'application de [candidatures](#) de l'université.

Si vous êtes étudiant étranger, nous vous invitons à consulter au préalable la [page dédiée](#).

En formation continue et permanente :

Si vous êtes en reprise d'études (VAP ou VAE), nous vous invitons à consulter au préalable la [page dédiée](#).

Dossier à demander et à remettre au Service Formation Continue : sfc@univ-lemans.fr

La formation peut être répartie sur plusieurs années.

Public cible

Étudiants possédant une licence (ou équivalent) en management, gestion, économie, économie et gestion.

Professionnels en reconversion, désireux d'intégrer une fonction marketing.

Pré-requis recommandés

Le score IAE-message est vivement recommandé et sera obligatoire à partir de 2023

Insertion professionnelle

Activités professionnelles

Ces masters forment aux métiers de cadres marketing : chef de produit, chef de marque, chef de marché, product manager, chargé(e) de projet marketing, consultant(e) marketing, chef de publicité, chargé de communication, chargé de communication digitale, responsable marketing

digital, web marketer, responsable relation client... et à terme, responsable marketing, chef de groupe marketing, directeur(-trice) marketing.

Ces fonctions marketing sont recherchées dans tous les secteurs d'activités – services (banque/assurance, distribution, media, communication, événementiel, tourisme, santé#...), conseil, management public (collectivités territoriales) – et dans les entreprises de toutes tailles, des start-up aux multinationales.

Code(s) ROME :

- * E1401 - Développement et promotion publicitaire
- * M1703 - Management et gestion de produit
- * M1705 - Marketing
- * M1707 - Stratégie commerciale
- * E1103 - Communication

Débouchés :

Secteurs d'activité :

- * Entreprises du tertiaire
- * Banque / assurance
- * Distribution
- * Tourisme
- * Médias, communication, événementiel
- * Entreprises industrielles
- * Télécommunications
- * Transport
- * Santé
- * Conseil
- * Management public

Types d'emploi :

- * Assistant marketing
- * Chef de produit / de marque / de marché
- * Chef de projet innovation de service
- * Chargé de communication digitale
- * Responsable marketing / communication / commercial
- * Chef de projet marketing
- * Web marketer
- * Responsable marketing digital / e-commerce
- * Responsable relation client
- * Responsable expérience client

Contacts

Responsable pédagogique

FLECK Nathalie

Nathalie.Fleck@univ-lemans.fr
UFR Droit, Sciences Economiques et de Gestion - Scolarité
scol-ecodroit@univ-lemans.fr
Tel. 02 43 83 38 16 / 31 22