

MASTER MARKETING, VENTE

PRÉSENTATION :

Nouveau : Le Master devra être suivi en alternance, avec un contrat de 24 mois. Dans ce cas, vous alternerez période à l'Université et dans votre organisation d'accueil.

Le **Master 1 Marketing Vente** a ouvert en septembre 2022, et le **Master 2** 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 le domaine particulier du **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 Master s'ouvre à l'alternance dès le premier semestre ce qui permet de bénéficier au final d'un contrat d'alternance sur 24 mois, véritable expérience professionnelle en entreprise

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

+ d'infos sur la formation : : <http://www.univ-lemans.fr/master/marketing>

Comment s'inscrire: www.univ-lemans.fr/inscription

Contacts

UFR Droit, Sciences Economiques et de Gestion- Scolarité

Tel. 02 43 83 31 06 / 31 26

Email: scol-ecodroit@univ-lemans.fr

Service alternanceUFR Droit, Sciences économiques et de gestion

Email: alternance-ecodroit@univ-lemans.fr

DEZECOTJonathan

Email: Jonathan.Dezecot@univ-lemans.fr

