

MASTER

Marketing et Vente (MKG)

Parcours Conseil, Études et Recherche Marketing

Formation initiale (Diplôme national, Bac + 5)

Le parcours « Conseil, Études et Recherche Marketing » forme des experts de haut niveau, maîtrisant les méthodologies les plus pointues dans le domaine pour l'analyse des dynamiques des marchés, l'explication et la compréhension approfondies des comportements de consommation, le conseil stratégique et opérationnel des organisations, la conduite de projets de recherche marketing.

PUBLICS

Ce Master est ouvert aux étudiants ayant suivi un parcours en sciences de gestion, en sciences économiques, en administration économique et sociale, mais aussi en sciences sociales (sociologie, langues étrangères appliquées, sciences politiques) et aux diplômés de formations ingénieriques intégrant des enseignements en management et marketing.

OBJECTIFS

Les compétences qu'il s'agit d'acquérir et développer lors de la formation ne sont pas seulement théoriques, techniques et méthodologiques. Les soft-skills sont aussi fortement valorisées, dont notamment : la curiosité et l'esprit critique, l'agilité et la rigueur technique, la créativité et l'esprit d'initiative, l'esprit d'analyse et de synthèse, l'aisance relationnelle et le talent argumentatif.

À l'issue de la formation, les étudiants sont capables de :

- Maîtriser, au plan théorique et technique, les méthodes de production et d'analyse de données quantitatives et de données qualitatives,
- Formuler des recommandations managériales, stratégiques et opérationnelles, construire et défendre l'argumentaire d'un projet marketing, conduire sa mise en œuvre.

DÉBOUCHÉS

Fonctions exercées (extrait de l'annuaire des diplômés)

- Analyste marketing,
- Chargé d'études marketing,
- Chargé d'études qualitatives ou quantitatives,
- Consultant marketing,
- Chargé de mission marketing,
- Chef de projet,
- Chef de produit,
- Enseignant-chercheur en marketing.

CONTACTS

Pôle formation initiale

IGR-IAE Rennes
 11 rue Jean Macé CS 70803
 35708 Rennes Cedex 7
 secret-pedag-fi@univ-rennes.fr

Responsable de pôle

Hélène CHOTARD
 helene.chotard@univ-rennes.fr
 02 23 23 70 61

Gestionnaire de formation

Constance PAKALAPATI-MARÉCHAL
 constance.marechal@univ-rennes.fr
 02 23 23 78 64

Responsable pédagogique

Philippe ROBERT-DEMONTROND
 Professeur agrégé des Universités
 IGR-IAE Rennes

Pour en savoir plus :



COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

Les compétences qu'il s'agit d'acquérir et développer lors de la formation ne sont pas seulement théoriques, techniques et méthodologiques. Les soft-skills sont aussi fortement valorisées, dont notamment : la curiosité et l'esprit critique, l'agilité et la rigueur technique, la créativité et l'esprit d'initiative, l'esprit d'analyse et de synthèse, l'aisance relationnelle et le talent argumentatif.

À l'issue de la formation, les étudiants sont capables de :

- Maîtriser, au plan théorique et technique, les méthodes de production et d'analyse de données quantitatives et de données qualitatives.
- Formuler des recommandations managériales, stratégiques et opérationnelles, construire et défendre l'argumentaire d'un projet marketing, conduire sa mise en œuvre.

LES PLUS DE LA FORMATION

- Une expérience et une reconnaissance forte de la formation, dans les milieux économiques et académiques.
- L'appui d'un laboratoire de recherche réputé, la participation d'une équipe scientifique et d'experts développant des méthodologies performantes, innovantes, l'intervention de praticiens.
- Le travail en équipe agile sur des projets techniques variés.
- La possibilité de suivre des séminaires, conférences, ateliers de recherche et de bénéficier d'un service de tutorat individualisé pour l'insertion professionnelle.
- La possibilité d'élaborer son propre parcours de formation, en bénéficiant de l'organisation de modules optionnels – ce qui permet à chacun de se construire son propre portefeuille de compétences, selon ses ambitions et ses projets professionnels.
- **La formation insiste sur l'utilisation optimale de l'IA générative - conception de prompts, formulation optimale pour l'obtention de résultats pertinents, fiables et exploitables. Ce qui couvre aussi bien les aspects techniques de la rédaction que les dimensions méthodologiques de structuration efficace des requêtes.**

Compétence « améliorer ses écrits professionnels »

L'IGR-IAE Rennes, reconnu centre d'examen, propose à tous les étudiants inscrits en Licence 3 et Master 1ère année en formation initiale, une préparation durant l'année universitaire (modules de formation et d'exercices Orthodidacte en e-learning) et un passage du Certificat Le Robert à l'issue de la formation.

Objectifs de cette préparation et ce certificat :

- Améliorer ses compétences en langue française,
- Rédiger des écrits professionnels,
- Communiquer de manière appropriée dans un contexte professionnel.



ORGANISATION DES ENSEIGNEMENTS

Modalités pédagogiques

Volume total : enseignements répartis sur deux ans, volume d'environ 900 heures

Début des cours : septembre

Modalités de stage : un stage en entreprise de minimum 308h pour les M1 et 525 h pour les M2

Modalités d'évaluation

Contrôles continus et examens terminaux en fonction des unités d'enseignement.

Obtention du Master (diplôme décerné en 2^{ème} année (M2)), équivalent à 120 crédits (ECTS), sous réserve de :

- Validation des années de Master 1 et de Master 2 (moyenne des semestres $\geq 10/20$),
- Participation à toutes les épreuves,
- Validation des notes seuil.

NB : les MCCC (Modalités de Contrôle des Connaissances et des Compétences) sont votées annuellement et consultables en détail sur l'ENT des étudiants.



PROGRAMME 1ère année

Semestre 1

Bloc 1 – Fonder et élaborer une vision stratégique en marketing 1 / 8 ECTS

UE 1 - Étude de marché et innovation en marketing management / 4 ECTS

- Nouvelles Stratégies, Techniques et Pratiques en marketing
- Méthodes de production des données quantitatives

UE 2 – Data de gestion/ 4 ECTS

- Data analysis
- IA et machine learning

Bloc 2 – Concevoir et piloter des solutions de gestion en marketing 1 / 12 ECTS

UE 3 – Concevoir et manager des offres commerciales / 7 ECTS

- Purchasing management
- Pricing – Classique, Dynamique, Éthique
- Management de produit
- Marketing digital

UE 4 – Piloter des projets innovants / 5 ECTS

- Diagnostic stratégique et financier
- Management de l'innovation
- Leadership
- Finance digitale et blockchain

Bloc 3 – Décider et agir dans une perspective éthique / 10 ECTS

UE 5 – Marketing éthique / 3 ECTS

UE 6 – Performance de l'entreprise & responsabilité sociétale / 4 ECTS

- Responsabilité sociétale
- Indicateurs extra-financiers
- Management, santé au travail et performance de l'entreprise

UE 7 – Piloter son projet de développement personnel 1 / 3 ECTS

- Vie associative (option)
- Langue Vivante 2 (option)
- Culture générale (option)
- Techniques Internet (option)

Semestre 2

UE 1 - Fonder & élaborer une vision stratégique en marketing 2 / 5 ECTS

- Atelier de prospective
- Méthode d'analyse des données quantitatives

Bloc 4 – Concevoir et piloter des solutions de gestion en marketing 2 / 14 ECTS

UE 2 – Concevoir et piloter solution gestion marketing digital / 7 ECTS

- Stratégie et techniques de communication – Earned Shared media
- Stratégie et techniques de communication – Paid Owned media

UE 3 - Concevoir et piloter solution gestion en marketing-vente / 7 ECTS

- Franchise & Commerce en réseau
- Logistics and e-commerce
- Merchandising
- Stratégie de la distribution et des marques de service

Bloc 5 – Développez et mettre en œuvre ses compétences relationnelles et professionnelles / 11 ECTS

UE 4 – Anglais des affaires / 3 ECTS

UE 5 – Piloter son projet de développement personnel 2 / 4 ECTS

- Vie associative (option)
- Langue Vivante 2 (option)
- Culture générale (option)
- Techniques Internet (option)
- Learning expeditions
- Parcours Travail & Carrière

UE 6 – Développer sur le terrain ses compétences en marketing / 4 ECTS

- Stage



PROGRAMME 2ème année



Semestre 1

UE 1 - Elaborer une vision stratégique / 4 ECTS

- Intelligence économique et prospective
- Nouvelles stratégies marketing et pratiques managériales

UE 2 - Éclairer la conception de projets marketing / 7 ECTS

- Psychologie et sociologie du consommateur
- Marketing qualitatif, thick data & consumer insight
- Big data & analyse de données de panels

UE 3 - Mettre en œuvre des projets marketing-vente / 7 ECTS

- Modèles d'affaires et supports opérationnels du digital
- Franchising, retail & service chains

UE 4 - Maîtriser de nouvelles techniques et méthodes marketing / 4 ECTS

- Approches expérimentales de la consommation
- Approches anthropologiques de la consommation

UE 5 - Maîtriser des normes et démarches qualité / 4 ECTS

- Méthodologie de la conduite de projets
- Droit du marketing et protection des données numériques

UE 6 – Mineure : RSE, réseaux et territoires / 4 ECTS

- Compétences et temps partagés
- Réseaux inter-organisationnels

Semestre 2

UE 1 - Prévoir et contrôler la performance des projets marketing / 10 ECTS

- Marketing quantitatif et analyse de données numériques
- Études on line et analyses automatisées données textuelles
- Géomarketing
- Prévisions des ventes et scoring
- Marketing relationnel et Customer Relationship Management

UE 2 - Mineure : Marketing éthique et marketing ethnique (2 cours au choix parmi 3) / 7 ECTS

- Consommation engagée et nouvelles tendances de marché
- Modèles d'affaires en économie du partage et en économie circulaire
- Marketing ethnique et marketing communautaire

UE 3 - Développer ses compétences en communication (1 cours au choix parmi 2) / 3 ECTS

- Leadership, management d'équipe & communication interpersonnelle
- Management des réseaux sociaux et inbound marketing

UE 4 - Développer sur le terrain ses compétences marketing / 10 ECTS

- Parcours Travail et Carrière
- Stage



CANDIDATER



Condition d'accès

Accès sélectif.

1ère année : avoir validé un Bac +3 soit 180 crédits ECTS dans les domaines suivants : Licence de Gestion (ou cursus jugé équivalent) et autres parcours.

2ème année : avoir validé un Bac +4 soit 240 crédits ECTS.

Procédure de candidature

Attention vous devez procéder à une double inscription :

1. Au Score IAE-Message : www.iae-message.fr
2. Pour le Master 1 : <https://www.monmaster.gouv.fr/>

Pour le Master 2 : Sur le site de l'université de Rennes : <https://candidatures-pegase.univ-rennes.fr>

Sélection

Épreuve d'admissibilité : étude du dossier du candidat et résultat au Score IAE-Message.

Épreuve d'admission : entretien de motivation

Date limite de dépôt de dossier M1 : lundi 16 mars 2026

Date limite de dépôt de dossier M2 : lundi 04 mai 2026

Date des entretiens M1 : du lundi 18 mai au jeudi 21 mai 2026

Date des entretiens M2 : jeudi 28 mai 2026

Prix de la formation

Droits d'inscription : 254 €

Pour plus d'informations : <https://www.univ-rennes.fr/droits-dinscription-bourses-et-exonerations>

RÉFÉRENTIEL

Type de diplôme :	Master	Niveau :	N° RNCP : 35907
Mention :	Marketing et Vente		
Intitulé :	Conseil, Études et Recherche Marketing		
Format de la formation :	Présentiel Initiale		
Fiche détaillée :	M1 : lien vers la page web du site IGR M2 : lien vers la page web du site IGR		

