FI

FORMATION INITIALE

MASTER Marketing et Vente (MKG)

Parcours Conseil, Études et Recherche Marketing (CERM)

Diplôme national - Bac + 5

Présentation

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.

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…

Atouts 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'effectuer des stages professionnels (pouvant aller jusqu'à 6 mois en M1 et en M2) permettant l'acquisition d'expériences métier de qualité, par la réalisation de projets et missions marketing spécifiques, sur de longues durées.
- 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.

Programme

Le **Master Marketing et Vente, parcours Conseil, Études et Recherche Marketing**, **s'effectue sur 2 ans**, soit environ 900 heures d'enseignements complétés par des stages. La 1ère année est consacrée aux fondamentaux du marketing avec un stage en entreprise de 2 à 6 mois. La 2ème année, de spécialisation et d'approfondissement, forme des experts de haut niveau. Un stage de 4 à 6 mois vient clôturer ce Master 2.

FI

FORMATION INITIALE

MASTER Marketing et Vente (MKG)

Parcours Conseil, Études et Recherche Marketing (CERM)

Inscription

Prérequis : pour être admissible :

Accès sélectif

En 1ère année : Être titulaire d'un diplôme de grade Licence (180 crédits ECTS).

En 2ème année : Étudiant non IGR-IAE Rennes : niveau Bac+4 minimum capitalisant au moins 240 crédits ECTS.

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

Épreuve d'admission : entretien de motivation

Modalités pratiques

Prix de la formation : droits d'inscription universitaire / année ou Droits différenciés pour les étudiants extra-communautaires (M2)

Durée : 2 semestres + stage / année

Lieu des cours : IGR-IAE Rennes, 11 rue Jean Macé à Rennes

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 : à l'Université de Rennes : En ligne sur notre site : https://candidatures.univ-rennes.fr/

Calendrier pour le Master 1

Ouverture du serveur : lundi 26 février 2024

Date limite de dépôt de dossier de candidature : dimanche 24 mars 2024

Début des cours : vendredi 06 septembre 2024

Fin de formation : avril avant départ en stage

Calendrier pour le Master 2

Ouverture du serveur : samedi 10 février 2024

Date limite de dépôt de dossier de candidature : jeudi 02 mai 2024

Début des cours : mercredi 11 septembre 2024

Fin de formation : fin février avant départ en stage

Contacts

Coordination pédagogique

Philippe ROBERT-DEMONTROND - Professeur des Universités à l'IGR-IAE Rennes

Informations et inscriptions

Pôle formation initiale

Constance MARÉCHAL

Tél. 02 23 23 78 64 - constance.marechal@univ-rennes.fr

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 - Élaborer 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 / 8 ECTS
- Marketing quantitatif et analyse de données numériques
- Marketing qualitatif et développement de projets marketing
- Études on line et analyses automatisées données textuelles
- Géomarketing
- Prévisions des ventes et scoring
- Marketing relationnel et CRM

UE 2 - Mineure : Marketing éthique et marketing ethnique / 8 ECTS
- Consommation engagée et nouvelles tendances de marché
- Marketing ethnique et marketing communautaire

UE 3 - Développer ses compétences en communication / 4 ECTS
- Leadership, management d'équipe & communication interpersonnelle
- Management des réseaux sociaux et inbound marketing

UE 4 – Anglais des affaires / 3 ECTS

UE 5 - Développer sur le terrain ses compétences marketing / ECTS
- Parcours Travail et Carrière
- Stage