



Diplôme national - Bac + 5

Présentation

Le **Master Marketing et Vente parcours Management et Développement de Projets Marketing** en formation initiale vise à former les étudiants à la maîtrise des enjeux actuels du marketing ainsi qu'aux méthodes et aux outils utilisés actuellement par les professionnels.

La fonction marketing est stratégique pour toutes les organisations, quel que soit leur taille ou leur secteur d'activité. Elle est aussi en pleine mutation : nouvelles pratiques liées à l'intelligence artificielle générative, intégration de la RSE dans les missions des équipes marketing, nouvelles pratiques de gestion des relations clients (gestion des bases de données) ...

Ce Master se distingue par son approche transversale du marketing tout en se spécialisant autour du management de projet, du marketing digital et du marketing durable. En plus des connaissances techniques et théoriques requises, la formation favorise le développement de soft skills : compréhension globale des projet, esprit d'initiative, capacité à travailler en équipe et en mode projet, acquisition d'un regard critique. Ces compétences sont notamment développées et éprouvées lors de projets marketing réalisés avec des entreprises partenaires.

Objectifs

En deux ans, Master 1 et Master 2, le parcours Marketing et Vente Management et Développement de Projet Marketing, permet aux étudiants de se créer un vrai portefeuille de compétences afin de favoriser leur rapide insertion professionnelle et des perspectives de carrière intéressantes.

Débouchés

Insertion professionnelle (enquête de juin 2023)

- 75% de la promotion 2022 était en activité en juin 2023
- 67% étaient en CDI, avec un salaire annuel moyen brut global de **30 309 euros avec primes**.
- 50% des diplômés ont obtenu leur premier emploi à l'issue de leur stage
- 77% des étudiants du Master Marketing MDPM ont déclarés être tout à fait satisfaits ou satisfaits de leur Master.

Fonctions exercées (extrait de l'annuaire des diplômés)

Chef de projet marketing, assistant chef de produit, chef de produit, brand manager, chargé de communication (événementielle, digitale...), social media manager, category manager, responsable du développement commercial, CRM manager, etc.

Atouts

- Une personnalisation du parcours par un choix d'options variées
- Une formation en lien avec les entreprises : intervenants professionnels et projets pédagogiques réalisés avec les entreprises du territoire
- Une reconnaissance forte : la formation existe 1977 et est soutenue par un réseau de diplômés dense et actif,
- Des stages professionnels pouvant aller jusqu'à 6 à 7 mois en M1 et en M2)
- Une vie associative et une ouverture sur l'international (semestre d'échange, année de mobilité internationale entre le Master 1 et le Master 2)

Programme

Organisation : enseignements répartis sur deux ans, volume d'environ 900 heures. –

Master 1 : disciplines du management et spécialisation en marketing,

Master 2 : professionnalisation du cursus,

Intervenants : enseignants universitaires et intervenants professionnels (Directeur(trice) marketing, chef(fe) de projet marketing digital, manager de projet, juriste en droit des données personnelles...)

Inscription

Prérequis : pour être admissible :

Accès sélectif

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

En 2^{ème} 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 : Lundi 09 septembre 2024

Fin de formation : fin février avant départ en stage

Contacts

Coordination pédagogique

Maud DANIEL-CHEVER (Master 2) - Maître de Conférences 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 1^{ère} année

Semestre 1

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

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

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

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

- Stratégie et techniques de communication – Earned Shared med
- Stratégie et techniques de communication – Paid Owned med
- 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
- 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 2^{ème} année

Semestre 1

UE 1 - Compréhension et analyse des comportements des consommateurs / 8 ECTS

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

UE 2 – Développement et management de l'offre / 10 ECTS

- Marketing des services online et offline
- Marketing de l'innovation et crowdsourcing
- Brand Management
- Marketing sensoriel, expérientiel et slow design
- Projet

UE 3 - Mise en œuvre d'une stratégie de marketing digital / 8 ECTS

- Création graphique et logiciels PAO
- Buzz marketing et marketing évènementiel
- Modèles d'affaires et supports opérationnels du digital

UE 4 - Droit et démarche qualité du marketing / 4 ECTS

- Droit du marketing et protection des données numériques
- Gestion de projet et plan marketing

Semestre 2

UE 1 - Marketing communautaire et social média / 6 ECTS

- Management des réseaux sociaux et inbound marketing
- Marketing ethnique et marketing communautaire

UE 2 - Marketing éthique RSE / 7 ECTS

- Marketing éthique, RSE et sobriété
- Modèle d'affaires en économie du partage et circulaire
- Consommation engagée et nouvelles tendances du marché

UE 3 - Compétences culturelles et managériales / 4 ECTS

- Leadership, management d'équipe et communication interpersonnelle
- Anglais des affaires

UE 4 - Marketing quantitatif / 5 ECTS**Bloc cours 1**

- Méthodes d'analyse des données quantitatives
- Études online et analyses automatisées de données textuelles
- Géomarketing

Ou bloc cours 2

- Prévisions des ventes et scoring
- Marketing relationnel et CRM

UE 5 – Professionnalisation / 8 ECTS

- Parcours Travail & Carrière
- Stage