MASTER

FA Formation en alternance

MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL

Diplôme national
Master mention marketing et vente - Parcours Marketing stratégique et opérationnel
Finalité Bac+5 - niveau 7 - Inscrit de droit au RNCP - Eligible au CPF

Responsables pédagogiques

Olivier DROULERS
Professeur des Universités

Dany VYT
Maître de conférences

Chargée de mission
Chrystèle ALIX
chrystele.alix@univ-rennes.fr
Tél. 02 23 23 46 49

Assistante formation
Caroline HARDOUIN
caroline.hardouin@univ-rennes.fr
Tél. 02 23 23 78 79

Public

Les étudiants présentent des profils de formation très divers. Cette hétérogénéité constitue une richesse qui permet des échanges de pratiques et d'expériences au sein du Master.

Condition d'âge :

- Contrat de professionnalisation : être âgé de moins de 26 ans en poursuite d'études, ou demandeur d'emploi âgé de plus de 26 ans à la signature du contrat.
- Contrat d'apprentissage : Etre âgé de moins de 30 ans à la signature du contrat.

Objectifs, compétences développées

Le master marketing stratégique et opérationnel permet de développer un large ensemble de compétences dans des domaines d'application très variés. Les cours mobilisent des méthodes pédagogiques variées : cas d'entreprise, travaux en groupe, serious game…
Le parcours en alternance constitue un véritable tremplin pour les étudiants désireux à la fois de finaliser leurs connaissances académiques dans le domaine du marketing et de s'investir dans le monde de l'entreprise. La diversité des intervenants associant des enseignants-chercheurs et des cadres en entreprises reconnus pour leur expertise, constitue l'assurance de contenus de cours à la pointe de l'innovation et des réalités du monde du travail.

Cette formation prend en compte les plus récentes évolutions du marketing : branding, intelligence marketing, digital marketing, neuromarketing, distribution omni-canal, marketing participatif, géomarketing, CRM, PAO, e-merchandising, social media….
Le cursus pédagogique intègre l'utilisation de plusieurs logiciels professionnels, et plus spécifiquement : **Suite Adobe** (design graphique), **MarkStrat** (jeu d'entreprise), **Experiment Center et BeGaze** (eye tracking), logiciels de cartographie numérique en géomarketing, **SAP Lumira et SAP Predictive analysis** (**les outils de Big Data de SAP).**

FA Formation en alternance

MASTER
MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL

Informations et inscriptions

IGR-IAE Rennes
11 rue Jean Macé
CS 70803
35708 Rennes Cedex 7
Tél. 02 23 23 77 77
sfc-igr@univ-rennes.fr

En savoir plus

www.igr.univ-rennes1.fr

Modalités pratiques

Le prix de la formation (ci-dessous) est pris en charge par l'entreprise
- Master 1 : 6700 €
- Master 2 : 7700 €

*Pour les **contrats de professionnalisation***

*Tarif de branche défini par France Compétences pour les **contrats d'apprentissage***

Code RNCP : **35907**

Durée
- Master 1 : 455 h
- Master 2 : 455 h

Lieu des cours
IGR-IAE Rennes

Nombre de places
20/25

Candidature

Dépôt des candidatures : du 26/02/2024 au 24/03/2024
www.monmaster.gouv.fr

Calendrier

Date limite dépôt dossier : 24/03/2024

Début des cours : 02/09/2024

Débouchés

Formation résolument professionnelle, le master affiche un taux d'employabilité de plus de 90% six mois après la fin du diplôme dans tous les domaines du marketing et tous les secteurs d'activité.

Ce master prépare les étudiants à de multiples fonctions d'encadrement et d'expertise dans le domaine du marketing et de la gestion commerciale : chef de projet marketing, chef de produit, chef de gamme, social media manager, community manager, responsable marketing web, chef de publicité, chef de groupe, chargé de communication, chargé d'études marketing, responsable des ventes, développeur …

Organisation pédagogique

Les enseignements sont répartis sur deux années (4 semestres). La validation se fait par crédits ECTS (une année universitaire équivaut à 60 crédits ECTS).

Chaque année de formation comprend environ 1200 heures en entreprise. Les étudiants alternent les semaines de cours à l'université et les semaines en entreprise. Le Master comprend 455 heures de cours par année. Ces heures sont réparties sur un total de 15 semaines de cours en Master 1 de 15 semaines en Master 2.

Conditions d'accès

Accès en Master 1 : Être titulaire d'un diplôme ou d'une formation validant 180 ECTS (Licence) et du Score IAE Message.

Sélection : Admissibilité sur examen du dossier (cursus et résultats antérieurs, expériences de stages, motivations, projet professionnel ; Score IAE Message). Admission suite à un entretien et à la signature d'un contrat d'alternance de deux ans dont les missions soumises à l'approbation du responsable pédagogique.

Accès en Master 2 : Master 1 Marketing Stratégique et Opérationnel en alternance de l'IGR-IAE Rennes validé.

PROGRAMME MASTER 1

Semestre 1

UE 1 – Communication visuelle — **5 ECTS / 35 h cours**

- Design graphique et digital
- Création publicitaire

UE 2 – Etudes de marché, datamining et panels — **8 ECTS / 70 h cours**

- Séminaire de créativité
- Etudes de marché
- Traitement des données
- Tableur et gestion de base de données
- Big data

UE 3 – Stratégie marketing et politique de produits, de prix — **6 ECTS / 42 h cours**

- Stratégie marketing
- Pricing
- Politique de produit

UE 4 – Merchandising et marketing du point de vente — **6 ECTS / 42 h cours**

- Merchandising et e-merchandising
- Les panels au cœur de la démarche marketing B to C

UE 5 – Comportement du consommateur — **5 ECTS / 35 h cours**

- Comportement du consommateur
- Eye tracking (1)

Semestre 2

UE 1 – Jeu d'entreprise et marketing d'expert — **2 ECTS / 42 h cours**

- Serious game
- Marketing d'expert

UE 2 – Digital Marketing — **7 ECTS / 21 h cours**

- Marketing digital

UE 3 – Retailing — **6 ECTS / 35 h cours**

- Stratégie des distributeurs : du cross à l'omni-canal
- Franchising, retail & service chains

UE 4 – Contrôle de gestion pour la décision marketing — **4 ECTS / 14 h cours**

- Comptabilité de gestion
- Contrôle de gestion

UE 5 – Anglais — **3 ECTS / 21 h cours**

- English in Business

UE 6 – Synthèse bibliographique et projet perso & pro étudiant — **8 ECTS / 84 h cours**

- Synthèse bibliographique
- Parcours travail carrière
- Temps projets
- Gestion et management de projets

MASTER
MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL

PROGRAMME MASTER 2

Semestre 1

UE 1 – Droit du marketing — **4 ECTS / 21 h cours**

- - Droit social
- - Droit des marques

UE 2 – Création graphique — **6 ECTS / 35 h cours**

- PAO

UE 3 – Communication marchande et marketing social — **8 ECTS / 42 h cours**

- Brand management et digital branding
- Comportements éthiques, responsabilité sociétale et environnementale

UE 4 – Marketing et management — **4 ECTS / 42 h cours**

- Management d'équipe
- Marketing et management des services

UE 5 – Géomarketing et CRM — **8 ECTS / 56h cours**

- CRM et fidélisation du client
- Géomarketing et marketing spatial
- Compétences métier

Semestre 2

UE 1 – Consommation et neurosciences — **5 ECTS / 35 h cours**

- Eye tracking (2)
- Neurosciences du marketing

UE 2 – Digital marketing — **5 ECTS / 56 h cours**

- Conception et mise à jour de site
- Digital marketing
- Marketing participatif

UE 3 – Marketing international et marketing de luxe — **5 ECTS / 35 h cours**

- Marketing international
- Marketing de luxe

UE 4 – Business to Business, Commerce et vente — **5 ECTS / 42 h cours**

- Business to Business
- Commerce et vente

UE 5 –Mémoire et projet personnel et professionnel de l'étudiant — **10 ECTS / 69 h cours**

- Méthodologie recherche
- Temps projet
- Parcours travail carrière