Master Marketing et vente
Parcours Marketing stratégique et opérationnel
Formation en alternance (Bac + 5)

La diversité des intervenants, composée d'enseignants-chercheurs et de professionnels d'entreprise reconnus pour leur expertise, garantit des contenus de cours à la fois innovants et en phase avec les réalités du monde professionnel.

PUBLICS

Le parcours en alternance représente un véritable tremplin pour les étudiants souhaitant à la fois approfondir leurs connaissances académiques en marketing et s'investir activement dans le monde de l'entreprise.

La formation s'adresse à des étudiants aux profils de formation variés. Cette diversité constitue une richesse, favorisant les échanges de pratiques et d'expériences au sein du Master.

OBJECTIFS

Le Master Marketing Stratégique et Opérationnel vise à développer un ensemble complet de compétences applicables dans des domaines variés :

- **Elaborer une vision stratégique en marketing et vente**
- **Intégrer le digital dans l'ensemble des activités**
- **Développer des approches commerciales innovantes**
- **Maîtriser l'élaboration et le suivi des budgets commerciaux et marketing**

Les enseignements s'appuient sur des méthodes pédagogiques diversifiées et interactives, telles que des études de cas d'entreprise, des travaux en groupe, ou encore des serious games.

DÉBOUCHÉS

Formation résolument orientée vers le monde professionnel, le master affiche un taux d'employabilité de plus de 93 % six mois après l'obtention du diplôme, dans tous les domaines du marketing et tous les secteurs d'activité.

Ce master forme les étudiants à une grande diversité de fonctions d'encadrement et d'expertise en marketing et gestion commerciale, telles que : *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 ou encore développeur.*

CONTACTS

Service formation continue et Alternance (SFCA)
IGR-IAE Rennes
11 rue Jean Macé CS 70803
35708 Rennes Cedex 7

Chargé·e d'animation et d'ingénierie en formation continue et alternance
Chrystèle ALIX PELTOT
chrystele.alix@univ-rennes.fr
02 23 23 46 49

Gestionnaire de formation
Caroline HARDOUIN
caroline.hardouin@univ-rennes.fr
02 23 23 78 79

Responsables pédagogiques
Dany VYT
Maître de conférences HDR
IGR-IAE Rennes

Olivier DROULERS
Professeur des Universités
IGR-IAE Rennes

Pour en savoir plus :

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

Les diplômés de la formation maîtrisent les compétences suivantes :

- **Mettre en place une veille stratégique proactive pour identifier et analyser les évolutions de l'environnement concurrentiel, de l'écosystème et des dynamiques de marché.**
- **Développer une stratégie de marque : analyser le positionnement, gérer l'image et définir un plan de branding cohérent.**
- **Utiliser de manière autonome des outils numériques avancés dans le domaine du marketing digital.**
- **Élaborer des stratégies omnicanales : intégrer les points de contact physiques et numériques pour une expérience client cohérente.**
- **Conduire une stratégie d'internationalisation : adapter les campagnes marketing et commerciales à différents marchés et cultures.**
- **Réaliser des études qualitatives et quantitatives, en s'appuyant sur des logiciels d'analyse numérique et textuelle.**
- **Exploiter les big data : extraire des insights à partir de données volumineuses et complexes pour orienter les décisions stratégiques.**
- **Maîtriser les outils de CRM (Customer Relationship Management) : optimiser la gestion des relations clients et analyser les comportements d'achat.**
- **Effectuer des prévisions de vente et des analyses prédictives : utiliser des modèles statistiques et des outils d'IA pour anticiper les tendances du marché.**

LES PLUS DE LA FORMATION

Cette formation intègre les évolutions les plus récentes du marketing, telles que le branding et la gestion de l'image de marque, l'intelligence marketing, le marketing digital, le neuromarketing, la distribution omnicanale, le géomarketing, l'adoption de pratiques éthiques et responsables, le CRM, la PAO, ainsi que l'exploitation des big data et l'apport de l'intelligence artificielle.

Le cursus pédagogique intègre l'utilisation de logiciels professionnels, notamment :

- Suite Adobe (design graphique),
- MarkStrat (jeu d'entreprise),
- Experiment Center et BeGaze (études d'eye tracking),
- Logiciels libres de cartographie numérique (géomarketing),
- SAP Lumira et SAP Predictive Analysis (les outils Big Data de SAP).

ORGANISATION DES ENSEIGNEMENTS

Modalités pédagogiques

Durée : la formation se déroule en présentiel et en alternance de septembre année N à août année N+2.
Volume total : 910 heures de cours (455 heures – M1 et 455 heures - M2)
Lieu de la formation : IGR-IAE Rennes
Début des cours : 08/09/25

Modalités d'évaluation

Contrôles continus et examens terminaux en fonction des unités d'enseignement
Obtention du Master : validation des années de Master 1 et de Master 2 équivalent à 120 crédits (ECTS)
NB : les MCCC (Modalités de Contrôle des Connaissances et des Compétences) sont votées annuellement et consultables en détail sur l'ENT des étudiants.

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

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

CANDIDATER

Condition d'accès

Accès en Master 1 : avoir validé un Bac +3 soit 180 crédits ECTS, être titulaire du Score IAE Message (SIM) de moins de trois ans.
Accès en Master 2 : Master 1 Marketing Stratégique et Opérationnel en alternance de l'IGR-IAE Rennes validé.

Sélection

Sélection après examen du dossier pédagogique et entretien de recrutement avec le jury de la formation. Outre la sélection sur critères académiques, l'accès définitif à la formation est conditionné à la signature d'un contrat avec une entreprise d'accueil dont la mission proposée sera soumise à l'approbation du responsable pédagogique.

Période d'ouverture des candidatures : M1 du 25/02/25 au 24/03/25
Date des entretiens : Avril – Mai

Constitution du dossier

Dossier de candidature en ligne sur le site : www.monmaster.gouv.fr/

Prix de la formation

Le coût de la formation en apprentissage est pris en charge par l'entreprise d'accueil via son OPCO (opérateur de compétences).
L'alternant sous contrat d'apprentissage devra s'acquitter uniquement de la CVEC (Contribution Vie Étudiante et de Campus).

RÉFÉRENTIEL

Type de diplôme :	Master	Niveau : Bac+5	N° RNCP : 35907
Mention :	Master Marketing et Vente		:
Intitulé :	Parcours Marketing Stratégique et Opérationnel		
Format de la formation :	Présentiel Alternance		
Fiche détaillée :	https://www.igr.univ-rennes.fr/fr/formation/ap-master-1-marketing-vente/		

CODES ROME

- E1103 : Communication
- E1401 : Développement et promotion publicitaire
- M1705 : Marketing
- M1707 : Stratégie commerciale
- M1703 : Management et gestion de produit