

MARKETING ET TRANSFORMATIONS ENVIRONNEMENTALES NUMÉRIQUES ET SOCIÉTALES

Diplôme national

Master mention marketing et vente parcours Marketing et Transformations Environnementales, Numériques et Sociétales

Finalité : Formation à temps partiel - Bac+5 – niveau 7 - Inscrit de droit au RNCP – Eligible au CPF

Coordination pédagogique

Fanny RENIOUMaître de conférences HDR
à l'IGR-IAE Rennes

Informations et inscriptions

Service Formation Continue
et Alternance
IGR-IAE Rennes
11 rue Jean Macé
CS 70803
35708 Rennes Cedex 7Assistante de formation
Caroline HARDOUIN
Caroline.hardouin@univ-rennes.fr

En savoir plus

www.igr.univ-rennes.fr

Public

Ce Master en formation continue s'adresse prioritairement aux **professionnels en activité ou en reconversion professionnelle** qui souhaitent évoluer dans des fonctions d'encadrement et d'expertise dans le domaine du marketing au sein **d'entreprises industrielles, commerciales et de services, en phase de transformation environnementale, numérique et sociale.**

Objectifs, compétences développées

Le Master permet de développer un ensemble de compétences large dans des domaines d'application variés tels que :

La gestion de projets marketing durables

Intégrer la RSE et le développement durable dans sa stratégie marketing

Faire preuve d'éthique et de réflexivité dans la conduite du changement et la prise de décision marketing

Déployer sa stratégie marketing au regard des nouveaux modèles d'affaires

Réfléchir à sa raison d'être et à sa performance économique, sociale et environnementale

L'étude et le conseil

Collecter et analyser la donnée à des fins marketing dans le respect des règles de validité et de déontologie

Réaliser et analyser des études de marché quantitatives et qualitatives pour accompagner la prise de décision

Auditer une stratégie marketing et préconiser des actions opérationnelles visant à « transformer »

L'innovation et le marketing produit

Faire un diagnostic stratégique et opérationnel d'une offre de produit-service et innover durablement

Lancer des produits et services nouveaux en prenant en compte l'expérience utilisateur et les exigences de qualité

Mener une analyse de cycle de vie et évaluer les impacts de son offre

La communication et la distribution

Définir une stratégie de communication responsable et efficace

Eco-concevoir une campagne et en mesurer les impacts

Analyser la performance d'une politique de distribution à la lumière de l'accessibilité, l'utilité et la durabilité

Modalités pratiques

Prix de la formation :

- 7700 €

Durée :

- 410 heures

Lieu des cours :

- IGR-IAE Rennes

Nombre de places :

- 25 maximum

Code RNCP :

35907

Inscription en ligne

Inscription en ligne sous notre site internet

<http://www.igr-univ-rennes.fr/recherche/formation-continue>

Calendrier

Date limite de dépôt des candidatures :

- 1^{ère} session :

10/04/2024

- 2^{nde} session :

23/05/2024

(sous réserve de places disponibles)

Début des cours :

12/09/2024

Fin de formation :

30/09/2025

Débouchés

Ce Master forme des managers aptes à occuper des fonctions d'encadrement ou de direction dans le domaine du marketing et en particulier dans les domaines de la gestion de projet marketing, de l'étude et du conseil, du marketing produit, de la communication et de la distribution, dans un contexte de transformation.

Ils pourront cibler les fonctions de :

- Responsable marketing et développement durable
- Chef de projet RSE
- Chef de produit
- Chargé(e) d'étude de marché
- Responsable communication

Conditions d'accès

Être titulaire d'un diplôme de niveau bac +4 (sciences de gestion, sciences économiques, AES, droit, LEA, école de commerce, diplôme consulaire...) et d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum dans une fonction commerciale ou marketing.

Dérogations possibles : être titulaire d'un diplôme de niveau bac+2 minimum et d'une expérience professionnelle d'une durée de 5 ans minimum qui sera appréciée par le jury de recrutement.

Sélection des candidats : étude des dossiers de candidature - entretiens individuels pour les candidats présélectionnés.

Organisation pédagogique

La formation se déroule en présentiel à temps partiel et est donc compatible avec une activité professionnelle ou une recherche d'emploi active.

Les enseignements dispensés apportent aux apprenants une maîtrise des concepts utilisés en gestion et une capacité d'analyse et de réflexion. Ces atouts leur permettent de résoudre des problèmes de plus en plus complexes et transversaux et de faire face à des situations diverses vécues au cours de leur carrière.

L'enseignement allie la présentation des éléments conceptuels et l'approche pratique (supports de cours, études de cas, dossiers, ...).

Pour les personnes en recherche d'emploi, un stage de 3 mois minimum est demandé.

Le master s'articule en 6 blocs de compétences sur un volume horaire total de 400 heures (examens non inclus).

Durée : de septembre année N à septembre année N +1

Rythme : 3 jours tous les 15 jours, sur site

Inscription

Pré-requis

Master 2 : être titulaire d'un diplôme bac+4 (sciences de gestion, sciences économiques, AES, droit, LEA, école de commerce, ...) et d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum dans une fonction marketing, commerciale ou ingénieure.

Personnes souhaitant faire évoluer leur parcours professionnel à la lumière du développement durable, ou dans une optique de projet RSE.

Dérogations possibles : être titulaire d'un diplôme de niveau Bac+2 minimum et d'une expérience professionnelle d'une durée de 5 ans minimum qui sera appréciée par le jury de recrutement.

Sélection des candidats :

Examen du dossier de candidature

Entretien individuel pour les candidats présélectionnés

PROGRAMME

Semestre 1

UE 1 - Marketing en transition et Societing : penser la responsabilité sociétale du marketing
10 ECTS / 70 h cours

- Marketing, RSE et Développement Durable
- Stratégie marketing durable et éco-système
- Comportements des consommateurs, responsabilité et processus de décision

UE 2 - Marketing de l'innovation : bâtir une offre innovante intégrant durabilité et qualité
10 ECTS / 70 h cours

- Marketing de l'innovation durable
- Politique de produit : éco-conception et analyse de cycle de vie
- Modèles d'affaires
- Budgets

UE 3 - Data marketing : piloter les études de marché et le datamining en responsabilité
10 ECTS / 70 h cours

- Méthodologie de l'étude de marché
- Data et analyse de données
- Méthodes créatives

Semestre 2

UE 4 - Retail marketing : rendre l'offre accessible

10 ECTS / 70 h cours

- Distribution durable de l'offre et expérience client
- Marketing digital et sobriété numérique
- Logistique durable et décarbonation

UE 5 - Communication, branding et relation clients : bâtir la stratégie de communication omnicanal pour diffuser son offre de manière responsable

10 ECTS / 70 h cours

- Branding et communication responsable
- Media sociaux et influence responsable
- Droit du marketing numérique et privacy

UE 6 - Gestion de projet marketing et réflexivité : préparer son projet personnel et professionnel

10 ECTS / 50 h cours

- Méthodologie du mémoire
- Méthodologie de la conduite de projet
- Pensée systémique et interdisciplinarité
- Management responsable et éthique

Soit 410 h (10h d'examens compris)