

MASTER Marketing et Vente (MKG)

Parcours Management et Développement de Projets

Marketing

Formation initiale (Diplôme national, Bac + 5)

Le **Master Marketing et Vente parcours MDPM** en formation initiale vise à former les étudiants à la maîtrise des enjeux actuels du marketing ainsi qu'aux méthodes et aux outils utilisés par les professionnels. Ce Master se distingue par son approche transversale du marketing tout en affichant des spécialités à fort potentiel autour du management de projet et du marketing responsable.

PUBLICS

La formation est ouverte à des étudiants ayant validé 3 années post-bac dans les domaines de la Gestion, du Management ou de l'Entrepreneuriat et qui souhaitent se spécialiser dans le domaine du marketing, de la communication et de la gestion de projet.

OBJECTIFS

Pourquoi faire un master en gestion de projet marketing ? L'objectif principal de ce master est de former des jeunes talents polyvalents et responsables dans leurs pratiques du marketing. L'ancrage de cette formation sur le terrain (visite d'entreprises, intervention de professionnels, projets sur le terrain) permet d'offrir aux étudiants une connaissance réaliste du monde de l'entreprise. A la sortie de ce mater, les étudiants sont capables de s'adapter à des problématiques d'entreprises très différentes et en mesure de mener des projets marketing de A à Z.

CONTACTS

Pôle formation initiale

IGR-IAE Rennes
11 rue Jean Macé CS 70803
35708 Rennes Cedex 7
secret-pedag-fi@univ-rennes.fr

Coordinatrice internationale

Pom JACTIN
igr-international-incoming@univ-
rennes.fr
02 23 23 60 06

Gestionnaire de formation

Constance PAKALAPATI-MARÉCHAL
constance.marechal@univ-
rennes.fr
02 23 23 78 64

Responsables pédagogiques

**Philippe ROBERT-DEMOTROND
(M1)**
Professeur agrégé des Universités
IGR-IAE Rennes

Maud DANIEL-CHEVER (M2)

Maître de conférences
IGR-IAE Rennes

Pour en savoir plus :



COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

En plus des connaissances techniques et théoriques requises, la formation favorise le développement de soft skills : esprit d'initiative, autonomie, capacité à travailler en équipe en mode projet, capacité à travailler avec les autres fonctions de l'entreprise (R&D, pôle RSE, unité commerciale, etc.), acquisition d'un regard critique. Ces compétences sont notamment développées et éprouvées lors de projets marketing réalisés avec des entreprises partenaires.

Objectifs de cette préparation et ce certificat :

- Améliorer ses compétences en langue française,
- Rédiger des écrits professionnels,
- Communiquer de manière appropriée dans un contexte professionnel.





ORGANISATION DES ENSEIGNEMENTS

Modalités pédagogiques

Volume total : enseignements répartis sur deux ans, volume d'environ 900 heures

Début des cours : septembre

Modalités de stage : un stage en entreprise de minimum 308h pour les M1 et 525 h pour les M2

Modalités d'évaluation

Contrôles continus et examens terminaux en fonction des unités d'enseignement.

NB : les MCCC (Modalités de Contrôle des Connaissances et des Compétences) sont votées annuellement et consultables en détail sur l'ENT des étudiants.





PROGRAMME 1^{ère} année

Semestre 1

UE 1 – French as a Foreign Language / 6 ECTS (payant pour les niveaux C2 uniquement)

Examen : contrôle continu

UE 2 – Sport / 3 ECTS

Examen : contrôle continu

UE 3 – Nouvelles stratégies, techniques et pratiques en marketing / 4 ECTS

Examen : dossier

UE 4 – Méthode de production des données quantitatives / 4 ECTS

Examen : dossier

UE 5 – Data Analysis / 2 ECTS

Examen : projet

UE 6 – IA et machine learning / 4 ECTS

Examen : projet

UE 7 – Pricing – Classique, dynamique, éthique / 3 ECTS

Examen : dossier

UE 8 – Management de produit / 4 ECTS

Examen : dossier

UE 9 – Marketing digital / 4 ECTS

Examen : dossier

UE 10 – Diagnostic stratégique et financier / 4 ECTS

Examen : dossier

UE 11 – Culture générale / 3 ECTS

Examen : dossier

UE 12 – Marketing éthique / 3 ECTS

Examen : dossier

UE 13 – Management, santé au travail, performance de l'entreprise / 6 ECTS

Examen : dossier



Semestre 2

UE 1 – French as a Foreign Language / 6 ECTS (payant pour les niveaux C2 uniquement)

Examen : contrôle continu

UE 2 – Sport / 3 ECTS

Examen : contrôle continu

UE 3 – Atelier de prospection / 4 ECTS

Examen : dossier

UE 4 – Méthodes d'analyse des données quantitatives / 6 ECTS

Examen : dossier

UE 5 – Stratégie et techniques de communication - ESM / 6 ECTS

Examen : dossier

UE 6 – Stratégie et techniques de communication - POM / 6 ECTS

Examen : dossier

UE 7 – Merchandising / 4 ECTS

Examen : dossier

UE 8 – Stratégie de la distribution et des marques de service / 4 ECTS

Examen : dossier

UE 9 – Learning expeditions / 4 ECTS

Examen : dossier

UE 10 – Culture générale / 3 ECTS

Examen : dossier

Les syllabus sont disponibles ici : <https://www.igr.univ-rennes.fr/fr/formation/fi-master-1-mrh/>

