

Domaine

Droit, Économie, Gestion

Modalités de formation

Formation initiale
Formation continue
En alternance

Lieu(x) de formation

Institut d'Administration des Entreprises

Contact

Anaïs Pennognon
03 22 82 71 44
scolarite-iae@u-picardie.fr

Candidature

[https://www.u-
picardie.fr/formation/candidater-s-
inscrire/](https://www.u-picardie.fr/formation/candidater-s-inscrire/)

Formation continue

Volume horaire : 889 h

Contact :
Kaoutar Aissani
03 22 82 71 44
fc-iae@u-picardie.fr

Demander une étude personnalisée de
financement : [https://www.u-
picardie.fr/formation/formation-
professionnelle-continue/financer-son-
projet-formationn](https://www.u-picardie.fr/formation/formation-professionnelle-continue/financer-son-projet-formationn)

En savoir plus sur la Formation
continue : <https://www.u-picardie.fr/sfcu/>

MASTER MARKETING, VENTE DÉCISIONS MARKETING OPÉRATIONNELLES ET DIGITALES (M1 - M2)

Compétences

DES EXPERTS POLYVALENTS :

- Acquérir des connaissances et méthodes solides en marketing, digital, vente et distribution
- Connaître les dernières avancées de la recherche et de la pratique, les évolutions métiers
- Travailler en mode projet

UN APPRENTISSAGE INSCRIT DANS LE RÉEL

Une pédagogie par l'action (cas, serious games, challenges d'entreprises, etc...), des projets pensés comme des missions de conseil, une large place donnée à l'expérience en entreprise.

Conditions d'accès

Baccalauréat + 3/4

Après la formation

Débouchés professionnels

Le master propose des débouchés dans les métiers du marketing opérationnel, du marketing digital, de la vente et de la distribution :

- Chef de produit marketing
- Commercial
- Responsable marketing en PME
- Chargé de promotion / d'animation des ventes
- Manager commerce / responsable de magasin
- Chef de projet marketing digital / responsable e-commerce, m-commerce

Secteurs d'activités (visés par la formation)

Sociétés d'études et de conseil, Agences, Enseignes de la grande distribution, Banques, PME et ETI, Service marketing ou commercial de grandes entreprises...

Organisation

La formation se déroule sur 2 années.

Le master 1 comprend des cours dédiés aux fondamentaux du management, aux compétences transversales (informatique, statistique), des cours communs avec le master Entrepreneuriat (veille, créativité, digital, outils web) et des cours de spécialisation en marketing, études, marketing digital et distribution.

Outre un cours d'anglais du management, certains cours sont enseignés en anglais.

Un projet de spécialité rythme également l'année.

Le master 2 est dédié à la spécialisation en marketing stratégique, marketing opérationnel, marketing digital et commerce connecté, distribution et management commercial.

Une mission de conseil marketing pour une organisation locale rythme l'année

Certains cours sont enseignés en anglais et une certification est proposée.

Les deux années (ou la seule année de M2) peuvent être effectuées en alternance avec un rythme d'une semaine en formation / une semaine en entreprise (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation).

Volume horaire : 889 h au total, Crédits 120 ECTS

Période de formation

De septembre à juin Alternance ou stage de 4 mois minimum en M2

Contrôle des connaissances

Contrôle continu et/ou examens terminaux.

Responsable(s) pédagogique(s)

Sophie Changeur

Références & certifications

Codes ROME :

- M : Support à l'entreprise

Programme

-	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
COMPÉTENCE 1 METTRE EN OEUVRE LES NOUVELLES MÉTHODES, NOUVEL					11
- Les bases de l'IA (et certification elements of AI)	18	13	5		2
- Mesures de performance webmarketing	18	13	5		2
- Outils avancés du WEB et du e-commerce	21	15	6		2
- Transformations digitales du marketing (et certification GOO	18	13	5		2
- SAE Gestion de projet marketing digital	16		16		3
COMPÉTENCE 2 MENER UNE DÉMARCHE SCIENTIFIQUE EN MARKETING					12
- Analyse des données et datamining	28	20	8		3
- Anglais du marketing et de la recherche en marketing	24	15	9		3
- Initiation à la recherche et méthodes d'enquêtes	18	13	5		2
- Statistiques appliquées au marketing	21	15	6		2
- SAE projet de recherche dirigé en anglais	10		10		2
COMPÉTENCE 3 ADOPTER UNE POSTURE ET UNE PRATIQUE PROFESSIONN					9
- Comportement organisationnel	18	13	5		2
- Management d'équipes commerciales	18	13	5		2
- Marketing international et interculturel	21	15	6		2
- SAE Management de projets	21	15	6		3
COMPÉTENCE 4 AGIR EN TANT QUE RESPONSABLE MARKETING DANS UNE					12
- Analyse financière et contrôle de gestion	21	15	6		3
- Droit de la consommation et de la concurrence	21	15	6		2
- De l'idée au marché	28	20	8		3
- SAE Décisions marketing (serious game)	30	21	9		4
COMPÉTENCE 5 GÉRER LA DISTRIBUTION ET LA COMMUNICATION DANS					8
- Création de contenus audiovisuels et content management	21	15	6		2
- Communication multicanale	14	10	4		2
- Stratégie de distribution et trade marketing	21	15	6		2
- SAE Etude de cas réel en distribution	7		7		1
- SAE Etude de cas réel en communication	7		7		1
COMPÉTENCE 6 INSCRIRE SES PRATIQUES MARKETING DANS LA TRANSF					8
- Atelier Climat - Carbone énergie	10		10		1
- Transitions écologiques et énergétiques : vers des modèles d	28	20	8		4
- SAE Projet de spécialité : impacts et usages des transformat	10		10		3

-	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS MASTER 1					
-	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
COMPÉTENCE 1 METTRE EN OEUVRE LES NOUVELLES MÉTHODES, NOUVEL					7
- Commerce connecté et phygital	21	15	6		2
- Futures of AI and digital based marketing	21	15	6		3
- SAE Mining user-generated contents	14	10	4		2
COMPÉTENCE 2 MENER UNE DÉMARCHE SCIENTIFIQUE EN MARKETING					18
- Méthodes de recherche et d'analyse avancées qualitatives et	30	21	9		3
- SAE Mémoire de fin d'études	16	16			15
COMPÉTENCE 3 ADOPTER UNE POSTURE ET UNE PRATIQUE PROFESSIONN					14
- Cross cultural management	15	11	4		2
- Développement personnel et professionnel	24	17	7		2
- SAE Mission de conseil en marketing	24	14	10		8
- SAE Certification TOEIC	6		6		2
COMPÉTENCE 4 AGIR EN TANT QUE RESPONSABLE MARKETING DANS UNE					8
- Gestion des marques	14	10	4		2
- Pilotage de la performance commerciale et financière	24	17	7		3
- SAE Fonction chef de produit marketing	28	20	8		3
COMPÉTENCE 5 GÉRER LA DISTRIBUTION ET LA COMMUNICATION DANS					8
- Communication digitale et community management	21	15	6		2
- Marketing du point de vente et marketing expérientiel de la	21	15	6		2
- Supply chain et logistique	21	15	6		2
- SAE Audit d'un point de vente	7		7		1
- SAE Serious game de communication digitale et multicanale	7		7		1
COMPÉTENCE 6 INSCRIRE SES PRATIQUES MARKETING DANS LA TRANSF					5
- Atelier inclusion-communautés	10		10		1
- Nouveaux consommateurs, nouvelles consommations	21	15	6		2
- SAE Nudge visant à faire adopter des comportements eco-respo	11	3	8		2
BONUS MASTER 2					