

Domaine

Droit, Économie, Gestion

Modalités de formation

Formation initiale
Formation continue
En alternance

Lieu(x) de formation

Institut d'Administration des Entreprises

Contact

Anais 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

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 Entrepreneurat (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

| MASTER 1 MARKETING VENTE - DECISIONS MARKETING OPERATIONNELLES ET DIGITALES | Volume horaire | CM | TD | TP | ECTS |
|---|----------------|----|----|----|-----------|
| COMPÉTENCE 1 METTRE EN OEUVRE LES NOUVELLES MÉTHODES, NOUVEL | | | | | 10 |
| - UE Competence 1 Master 1 Semestre 1 | | | | | 3 |
| - Transformations digitales du marketing (et certification GOO | 21 | 15 | 6 | | 3 |
| - UE Competence 1 Master 1 Semestre 2 | | | | | 7 |
| - Les bases de l'IA (et certification elements of AI) | 14 | 10 | 4 | | 1 |
| - Mesures de performance webmarketing | 14 | 10 | 4 | | 2 |
| - Outils avancés du WEB et du e-commerce | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| - SAE Gestion de projet marketing digital | 16 | | 16 | | 2 |
| COMPÉTENCE 2 MENER UNE DÉMARCHÉ SCIENTIFIQUE EN MARKETING | | | | | 11 |
| - UE Competence 2 Master 1 Semestre 1 | | | | | 8 |
| - Anglais du marketing et de la recherche en marketing | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| - Initiation à la recherche et méthodes d'enquêtes | 14 | 10 | 4 | | 1 |
| - Statistiques appliquées au marketing | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| - SAE projet de recherche dirigé en anglais | 10 | | 10 | | 2 |
| - UE Competence 2 Master 1 Semestre 2 | | | | | 3 |
| - Analyse des données et datamining | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| COMPÉTENCE 3 ADOPTER UNE POSTURE ET UNE PRATIQUE PROFESSIONN | | | | | 9 |
| - UE Competence 3 Master 1 Semestre 1 | | | | | 5 |
| - Marketing international et interculturel | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| - SAE Management de projets | 21 | 15 | 6 | | 3 |
| - UE Competence 3 Master 1 Semestre 2 | | | | | 4 |
| - Comportement organisationnel | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| - Management d'équipes commerciales | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| COMPÉTENCE 4 AGIR EN TANT QUE RESPONSABLE MARKETING DANS UNE | | | | | 12 |
| - UE Competence 4 Master 1 Semestre 1 | | | | | 7 |
| - Analyse des tendances de consommation | 14 | 10 | 4 | | 1 |
| - De l'idée au marché | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| - SAE Décisions marketing (serious game) | 35 | 25 | 10 | | 3 |
| - UE Competence 4 Master 1 Semestre 2 | | | | | 5 |
| - Analyse financière et contrôle de gestion | 21 | 15 | 6 | | 3 |
| - Droit de la consommation et de la concurrence | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| COMPÉTENCE 5 GÉRER LA DISTRIBUTION ET LA COMMUNICATION DANS | | | | | 9 |
| - UE Competence 5 Master 1 Semestre 1 | | | | | 4 |

| MASTER 1 MARKETING VENTE - DECISIONS MARKETING OPERATIONNELLES ET DIGITALES | Volume horaire | CM | TD | TP | ECTS |
|--|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| - Stratégie de distribution et trade marketing | 21 | 15 | 6 | | 3 |
| - SAE Etude de cas réel en distribution | 6 | | 6 | | 1 |
| - UE Competence 5 Master 1 Semestre 2 | | | | | 5 |
| - Création de contenus audiovisuels et content management | 28 | 20 | 8 | | 2 |
| - Communication multicanale | 14 | 10 | 4 | | 2 |
| - SAE Etude de cas réel en communication | 6 | | 6 | | 1 |
| COMPÉTENCE 6 INSCRIRE SES PRATIQUES MARKETING DANS LA TRANSF | | | | | 9 |
| - UE Competence 6 Master 1 Semestre 1 | | | | | 3 |
| - Marketing responsable et stratégie RSE des organisations | 21 | 15 | 6 | | 3 |
| - UE Competence 6 Master 1 Semestre 2 | | | | | 6 |
| - Atelier Climat - carbone | 6 | | 6 | | 1 |
| - Nouveaux consommateurs, nouvelles consommations | 14 | 10 | 4 | | 2 |
| - SAE Projet de spécialité : marketing eco-responsable et/ou i | 10 | | 10 | | 3 |
| BONUS MASTER 1 SEMESTRE 1 | | | | | |
| BONUS MASTER 1 SEMESTRE 2 | | | | | |

| MASTER 2 MARKETING VENTE - DECISIONS MARKETING OPERATIONNELLES ET DIGITALES | Volume horaire | CM | TD | TP | ECTS |
|--|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| UE1 CROSS CULTURAL BUSINESS ET CERTIFICATION | 21 | 15 | 6 | | 3 |
| UE2 DEVELOPPEMENT PERSONNEL ET PROFESSIONNEL | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| UE3 GESTION DE PROJET MARKETING | 42 | 30 | 12 | | 6 |
| UE4 FONCTION CHEF DE PRODUIT MARKETING | 35 | 25 | 10 | | 6 |
| UE5 GESTION DES MARQUES | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| UE6 METHODES DE RECHERCHE D'ANALYSE AVANCEES QUALITATIVES ET | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| UE7 COMMUNICATION DIGITALE ET MULTICANALE | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| UE8 MANAGEMENT COMMERCIAL | 35 | 25 | 10 | | 3 |
| UE9 MARKETING AU POINT DE VENTE ET MARKETING EXPERIENTIEL | 35 | 25 | 10 | | 3 |
| UE10 SUPPLY CHAIN ET LOGISTIQUE | 21 | 15 | 6 | | 3 |
| UE11 COMMERCE CONNECTE (E-COMMERCE ET M-COMMERCE) | 21 | 15 | 6 | | 3 |
| UE12 PILOTAGE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE ET FINANCIERE | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| UE13 MARKETING DIGITAL ET DES SERVICES : PILOTAGE ET APPLICA | 21 | 15 | 6 | | 3 |
| UE14 MEMOIRE DE FIN D'ETUDES | 14 | 14 | | | 15 |
| BONUS MASTER 2 | | | | | |