

Domaine

Droit, Économie, Gestion

Modalités de formation

Formation initiale
Formation continue
En alternance

Lieu(x) de formation

Institut d'Administration des Entreprises

Contact

03 22 82 68 34, 03 22 82 68 38
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

Contact :
Carole Lenoble
03 22 82 68 14
carole.lenoble@u-picardie.fr

Demander une étude personnalisée de
financement : [https://www.u-
picardie.fr/sfcu/node/financement](https://www.u-picardie.fr/sfcu/node/financement)

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

MASTER MARKETING VENTE

Les plus de cette formation

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

Parcours

- Marketing vente distribution (M2)
- Marketing vente distribution - International (M2)

Compétences

- Maîtriser la digitalisation des métiers et outils du marketing et de la vente
- Mettre en œuvre un plan marketing en lien avec un plan d'actions commerciales
- Analyser et piloter les études marketing
- Piloter la performance commerciale et financière en lien avec les objectifs de l'entreprise
- Proposer une politique de marketing opérationnel et d'animation commerciale
- Animer une équipe ou un point de vente

Conditions d'accès

Baccalauréat + 3/4

Après la formation

Poursuite d'études

Doctorat

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).

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.

Modalités de contrôle des connaissances voir sur la page web de l'IAE.

Responsable(s) pédagogique(s)

Sophie Changeur
sophie.changeur@u-picardie.fr

Mathieu Dunes
mathieu.dunes@u-picardie.fr

Références & certifications

Identifiant RNCP : 25907

Codes ROME :

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

Codes FORMACODE :

- 34566 : Vente distribution
- 34573 : Action commerciale

Codes NSF :

- 312 : Commerce, vente

Programme

SEMESTRE 1 MASTER 1 MARKETING VENTE	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS MASTER 1 SEMESTRE 1					
UE1 ANGLAIS DU MANAGEMENT	35		35		3
UE2 APPROFONDISSEMENT STATISTIQUE, INFORMATIQUE ET NUMERIQUE	35	25	10		3
UE6 ANALYSE DES TENDANCES DE CONSOMMATION	21	15	6		3
UE4 COMPORTEMENT ORGANISATIONNEL ET MANAGEMENT D'EQUIPE	28	20	8		3
UE8 DROIT DE LA CONSOMMATION, DE LA CONCURRENCE ET MARQUES	21	15	6		3
UE7 DE L'IDEE AU MARCHE IDEATION CREATIVITE FILTRAGE, NV PDT	28	20	8		6
UE3 MANAGEMENT DE PROJETS	21	15	6		3
UE9 MARKETING INTERNATIONAL ET INTERCULTUREL	21	15	6		3
UE5 STRATEGIE MARKETING - SERIOUS GAME	35	25	10		3

SEMESTRE 2 MASTER 1 MARKETING VENTE	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS MASTER 1 SEMESTRE 2					
UE5 ANALYSE DES DONNEES ET DATAMINING	35	25	10		3
UE4 CONTROLE DE GESTION	28	20	8		3
UE8 GESTION DE LA RELATION CLIENT	28	20	8		3
UE1 INITIATION A LA RECHERCHE ET METHODES D'ENQUETES	21	15	6		3
UE7 MARKETING DIGITAL EN PRATIQUES	70	50	20		6
- Création de Contenus Print et Web	14	10	4		1

SEMESTRE 2 MASTER 1 MARKETING VENTE	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
- Gestion de projet marketing digital	21	15	6		
- Mesure de performance webmarketing	14	10	4		1
- Outils avancés : web et eCommerce					2
UE2 PROJET DE SPECIALITE	14		14		6
UE6 STRATEGIE DE DISTRIBUTION ET TRADE MARKETING	35	25	10		3
UE3 STRATEGIE ORGANISATIONNELLE	28	20	8		3

SEMESTRE 1 MASTER 1 MARKETING VENTE INTERNATIONAL	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS MASTER 1 SEMESTRE 1					
UE1 ANGLAIS DU MANAGEMENT	35		35		3
UE2 APPROFONDISSEMENT STATISTIQUE, INFORMATIQUE ET NUMERIQUE	35	25	10		3
UE6 ANALYSE DES TENDANCES DE CONSOMMATION	21	15	6		3
UE4 COMPORTEMENT ORGANISATIONNEL ET MANAGEMENT D'EQUIPE	28	20	8		3
UE8 DROIT DE LA CONSOMMATION, DE LA CONCURRENCE ET MARQUES	21	15	6		3
UE7 DE L'IDEE AU MARCHE IDEATION CREATIVITE FILTRAGE, NV PDT	28	20	8		6
UE3 MANAGEMENT DE PROJETS	21	15	6		3
UE9 MARKETING INTERNATIONAL ET INTERCULTUREL	21	15	6		3
UE5 STRATEGIE MARKETING - SERIOUS GAME	35	25	10		3

SEMESTRE 2 MASTER 1 MARKETING VENTE INTERNATIONAL	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS MASTER 1 SEMESTRE 2					
UE5 ANALYSE DES DONNEES ET DATAMINING	35	25	10		3
UE4 CONTROLE DE GESTION	28	20	8		3
UE8 GESTION DE LA RELATION CLIENT	28	20	8		3
UE1 INITIATION A LA RECHERCHE ET METHODES D'ENQUETES	21	15	6		3
UE7 MARKETING DIGITAL EN PRATIQUES	70	50	20		6
- Création de Contenus Print et Web	14	10	4		1
- Gestion de projet marketing digital	21	15	6		
- Mesure de performance webmarketing	14	10	4		1
- Outils avancés : web et eCommerce					2
UE2 PROJET DE SPECIALITE	14		14		6
UE6 STRATEGIE DE DISTRIBUTION ET TRADE MARKETING	35	25	10		3
UE3 STRATEGIE ORGANISATIONNELLE	28	20	8		3