

M2 parcours Marketing et stratégies de marques

ECTS
60 crédits

Durée
1 an

Composante
**Institut d'Administration
des Entreprises (IAE)**

Langue(s) d'enseignement
Français

Présentation

Le Master « Marketing Vente » a pour double objectif l'acquisition des bases théoriques et opérationnelles solides nécessaires à l'entrée sur le marché du travail d'une part, et l'opportunité d'une immersion en entreprise permettant de mettre en place et d'affiner un projet professionnel cohérent et d'acquérir une expérience valorisante, d'autre part.

A Poitiers, le Master 1 Marketing s'inscrit dans une optique de découverte et de continuité avec les spécialisations proposées en deuxième année de Master.

Le parcours Marketing et Stratégies de Marques proposé en deuxième année de Master vise à former des professionnels du marketing spécialisés en management de la marque. Il prépare aux fonctions de cadre dans les domaines suivants : marketing du produit et de la marque, marketing digital et opérationnel, marketing études. Une poursuite d'études en recherche marketing (Doctorat) est également possible.

Le premier semestre est centré sur l'approfondissement des connaissances acquises en M1. Il permet aux étudiants de développer des compétences en marketing, stratégie de marque, marketing digital et opérationnel, outils d'études, de recherche et d'analyse du marché. Le second semestre est axé

sur le développement du projet professionnel grâce à un stage de 6 mois.

Le taux de sélection pour ce master est de 22% en 1ère année et 75% en 2ème année.
Le taux de réussite est de 91%.

Objectifs

Ce Master forme les futurs responsables marketing et commerciaux qui assurent la responsabilité ou participent au développement d'un produit/service, ou d'une ligne de produits/services, de leur conception jusqu'à leur mise à disposition sur le marché.

La première année de Master a pour double objectif l'acquisition de bases théoriques et opérationnelles solides nécessaires à la poursuite en Master 2, d'une part, et l'opportunité d'une immersion en entreprise permettant de mettre en place et d'affiner un projet professionnel cohérent et d'acquérir une expérience valorisante, d'autre part.

Savoir-faire et compétences

- Acquérir une culture générale de l'environnement et des fonctions de l'entreprise.
- Maîtriser les outils méthodologiques et analytiques de la fonction marketing.
- Développer des capacités de reporting et de communication adaptées au public cible (opérationnel, fonctionnel, direction...).
- Susciter un intérêt pour la recherche en marketing et initier les étudiants aux démarches de recherche académique.

- Développer des capacités de synthèse et de prise de recul.

TEI : 05.49.45.44.99

Organisation

IAE de Poitiers
Bât.E1
20 rue Guillaume VII le Troubadour
TSA 61116
86073 POITIERS Cedex 9, France

Admission

Conditions d'admission

Master 1 : Etudiants titulaires d'une licence de gestion ou d'un diplôme équivalent comportant une dimension gestion et marketing.

Master 2 :

- > Étudiant titulaire d'un Master 1 de l'IAE ou d'une université française.
- > Étudiant titulaire d'un BAC + 4 ou équivalent hors université française.
- > Étudiant titulaire d'un BAC à BAC + 3 avec une expérience professionnelle significative, et passage en commission VAPP.

Et après

Poursuite d'études

Possibilité de poursuivre vers un Doctorat.

Infos pratiques

Autres contacts

M. André LEROUX : # scol-fi@poitiers.iae-france.fr

Programme

Organisation

Master 1 à Poitiers : Le premier semestre procure aux étudiants un socle de connaissances et une culture générale indispensables pour entamer une carrière professionnelle dans le domaine de la gestion. Le deuxième semestre évolue naturellement vers une spécialisation en marketing qui sera étendue en Master 2.

Mode full (title / type / CM / TD / TP / credits)

M2 parcours Marketing et stratégies de marques

Semestre 3

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE1 Développement produits et marques	UE	60h			9 crédits
Stratégie de Marques	EC	21h			
Gestion de produits nouveaux	EC	15h			
Responsabilité sociale des entreprises	EC	12h			
Conférences Professionnelles	EC	12h			
UE2 Marketing stratégique	UE	45h			6 crédits
Gestion de projets Marketing	EC				
Stratégie prospective	EC	18h			
Stratégie d'internationalisation	EC	21h			
Conférences professionnelles	EC	6h			
UE3 Marketing digital de la marque	UE	87h			6 crédits
E-marketing	EC	21h			
E-commerce	EC	14h			
Communication digitale	EC	21h			
Distribution cross-canal	EC	21h			
Conférences professionnelles	EC	10h			
UE4 Etudes et recherches en marketing	UE	46h	15h		6 crédits
Etudes et méthodes quantitatives approfondies	EC	21h			
Etudes et méthodes qualitatives approfondies	EC	21h			
Méthodologie pour le mémoire	EC	4h			
Conférences professionnelles	EC		15h		
UE5 Langues	UE		40h		3 crédits
Anglais	EC		20h		
LV2	EC		20h		

Semestre 4

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE6 Stage	UE				30 crédits
Stage	EC				

UE = Unité d'enseignement

EC = Élément Constitutif