

MV formation internationale sous convention (non publiée)

Niveau de diplôme
Bac +5

ECTS
60 crédits

Durée
1 an

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

Langue(s)
d'enseignement
Français

Présentation

Master ouvert uniquement en partenariat avec le DGCI - Le Caire.

Le parcours « Marketing - Stratégie de Marque » 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.

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

Objectifs

Les stratégies marketing des entreprises traditionnelles sont passées d'une logique « produit ou service » à une logique « client », d'une démarche « réactive » à une approche « proactive ». Voici autant de changements de cap qui font qu'aujourd'hui les sociétés repensent leur mode

d'organisation. L'important est de placer le client au cœur de la stratégie de l'entreprise.

Le Master Marketing et Stratégie de Marques vise à former des décideurs capables de définir un projet marketing, de formuler une stratégie et d'animer une équipe.

La formation est organisée autour de 4 axes :

- Marketing stratégique
- Développement de produits et marques
- Etudes et recherche marketing
- Marketing digital de la marque

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.

Le programme vise à former des professionnels de haut niveau dans 3 champs de compétences du marketing :

- Marketing produit
- Marketing études
- Marketing opérationnel et digital

Organisation

Contrôle des connaissances

Cette formation est réalisée dans le cadre d'une convention avec un établissement partenaire de l'université de Poitiers.

Admission

Conditions d'admission

- > Étudiant titulaire d'un Master 1 de l'IAE ou d'une Université française, dans le domaine.
- > Étudiant titulaire d'un Bac+4 ou équivalent hors Université française, et passage en commission CE
- > 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

Service Relations Internationales : [# ri@poitiers.iae-france.fr](mailto:ri@poitiers.iae-france.fr)

Gestionnaire scolarité : Antoine ANDRIEU
aandrieu@poitiers.iae-france.fr

Programme

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

M2 MV parcours Marketing et stratégies de marques Le Caire

Semestre 3

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE1 Stratégie	UE	15h			9 crédits
Stratégie prospective	EC	15h			
Stratégie de marques et de produits	EC				
Management stratégique	EC				
Stratégies d'internationalisation	EC				
UE2 Marketing Fondamental	UE	15h			6 crédits
Comportement du consommateur	EC	15h			
Marketing Management	EC				
Marketing fondamental	EC	15h			
UE3 Marketing opérationnel	UE	36h			9 crédits
Communication	EC	15h			
Business game	EC	21h			
Etude de marché	EC				
UE4 Marketing digital	UE	15h			6 crédits
E-commerce	EC	15h			
Distribution cross canal	EC				
CRM	EC				

Semestre 4

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE1 Stage	UE	18h			30 crédits
Conférences et autres interventions	EC	3h			
Mémoire stage	EC	15h			

M2 MV Marketing et Stratégies de Marques - Madagascar

Semestre 3

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE 1 Politiques et Marketing	UE	10h			9 crédits
E-Marketing	EC	10h			

UE 2 Stratégie	UE	6 crédits
UE 3 : Marketing Opérationnel	UE	6 crédits
UE 4 : Etudes de marché	UE	6 crédits
UE 5 : Langues vivantes	UE	3 crédits

Semestre 4

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE 6 : Stage et mémoire	UE				30 crédits

UE = Unité d'enseignement
EC = Élément Constitutif