

Marketing et Stratégie

Master

2019 - 2020

Type de diplôme : Diplôme national

Niveau : Bac +5

Crédits ECTS : 120

Durée des études : 4 semestres (hors année de césure)

Domaine : Droit, Economie, Gestion, Sciences Sociales

Contact(s)

Présentation

Objectifs

Admission

Conditions d'admission

Pour plus d'informations, [cliquez-ici](#)

Programme

1ère année du Master

1ère année du Master en apprentissage

2ème année du Master : parcours Business development

2ème année du Master : parcours Chef de produit et études marketing

2ème année du Master : parcours Communication - Marketing

2ème année du Master : parcours Conseil et recherche

2ème année du Master : parcours Distribution et relation client

2ème année du Master : parcours Management du luxe

Mobilité internationale

Pour plus d'informations, [cliquez-ici](#)



Poursuite d'études et insertion professionnelle

Débouchés

Pour plus d'informations, [cliquez-ici](#)

Liste des enseignements : 1ère année du Master

Semestre 1

obligatoire

- Management des clients (3 ECTS)
- Marketing B to B (3 ECTS)
- Marketing des services (3 ECTS)
- Histoire du marketing (3 ECTS)
- Etude et recherche 1 : outils et méthodes (3 ECTS)
- Comportement du consommateur (3 ECTS)
- Business Analytics (3 ECTS)
- Stratégie et innovation (3 ECTS)
- Retail Management (3 ECTS)

Obligatoire à choisir parmi une liste

- Organisations et stratégie (3 ECTS)
- Langue (3 ECTS)
- Etude et recherche 2 : design de la recherche (3 ECTS)

Semestre 2

obligatoire

- Marketing digital (3 ECTS)
- Etude et recherche 3 : statistiques appliquées (3 ECTS)
- Stratégie de marque (3 ECTS)
- Communication marketing (3 ECTS)
- Chef de produit (3 ECTS)
- Ethique et responsabilité sociale des marchés et des organisations (3 ECTS)

Obligatoire à choisir parmi une liste

- Art & Organisation (3 ECTS)
- Marketing des organisations non marchandes (3 ECTS)
- Droit du marketing, de la publicité et de la promotion des ventes (3 ECTS)
- Langue (3 ECTS)
- Sport (3 ECTS)

Liste des enseignements : 1ère année du Master en apprentissage

Semestre 1

obligatoire

- Business Game (3 ECTS)
- Comportement du consommateur (3 ECTS)
- Etude et recherche 1 : outils et méthodes (3 ECTS)
- Stratégie et innovation (3 ECTS)
- Chef de produit (3 ECTS)
- Langue - Anglais (3 ECTS)
- Marketing & Society (3 ECTS)
- Customer Experience Management (3 ECTS)
- Art & Organisation (3 ECTS)
- Business Analytics (3 ECTS)

Semestre 2

obligatoire

- Stratégie de marque (3 ECTS)
- Etude et recherche 2 : statistiques appliquées (3 ECTS)
- Marketing digital (3 ECTS)
- Communication marketing (3 ECTS)
- Distribution (3 ECTS)
- Marketing des organisations non marchandes (3 ECTS)
- Langue - Anglais (3 ECTS)
- Projet International (3 ECTS)
- Mémoire (3 ECTS)
- Expérience en entreprise (3 ECTS)

Liste des enseignements : 2ème année du Master : parcours Business development

Semestre 3

obligatoire

- Anglais/Toeic (3 ECTS)
- Business case (3 ECTS)
- Conférences professionnelles (0 ECTS)
- Politiques internationales (3 ECTS)
- Management des systèmes d'information (3 ECTS)
- Stratégie et Responsabilité Sociale des Entreprises (3 ECTS)
- Customer Relationship Management (3 ECTS)
- Management Interculturel (3 ECTS)
- Management de l'innovation 1 (3 ECTS)
- Intelligence Economique et pratiques de la stratégie (3 ECTS)
- Supply Chain Management (3 ECTS)
- Challenge Interparcours (3 ECTS)

Semestre 4

obligatoire

- Expérience en entreprise (6 ECTS)
- Conférences professionnelles (0 ECTS)
- Mission entreprise / projet (3 ECTS)
- Méthodologie, Soft skills, recherche d'emploi (0 ECTS)
- Voyage d'étude (0 ECTS)
- Leadership et Management d'équipe (3 ECTS)
- Key Account Management (3 ECTS)
- Management de l'innovation 2 (3 ECTS)
- Plan Marketing (3 ECTS)
- Business Development (3 ECTS)
- Digital Marketing (3 ECTS)
- Marketing Opérationnel (3 ECTS)

Liste des enseignements : 2ème année du Master : parcours Chef de produit et études marketing

Semestre 3

obligatoire

- Machine Learning Competition (3 ECTS)
- Machine learning on BIG DATA (3 ECTS)
- Text Analytics (3 ECTS)
- Gestion financière et marketing (3 ECTS)
- Marketing International (3 ECTS)
- Analyse Données Marketing sur Python (3 ECTS)
- Conception et gestion des études (3 ECTS)
- Etudes qualitatives (3 ECTS)
- Panels (3 ECTS)
- Machine Learning (3 ECTS)
- Challenge Interparcours (3 ECTS)

Semestre 4

obligatoire

- Mission de Conseil en Entreprise/TIG (3 ECTS)
- Rapport stage (3 ECTS)
- Marketing Distribution (3 ECTS)
- Marketing Strategy (3 ECTS)
- Innovation (3 ECTS)
- Marketing Decisions (3 ECTS)
- Analyse Sensorielle (3 ECTS)
- Pricing (3 ECTS)
- Customer Experience Management (3 ECTS)
- Marketing Digital (3 ECTS)
- Insertion Professionnelle (0 ECTS)

Liste des enseignements : 2ème année du Master : parcours Communication - Marketing

Semestre 3

obligatoire

- Initiation à la PAO (3 ECTS)
- Planning stratégique (3 ECTS)
- Social Media et e-reputation (3 ECTS)
- Stratégie média et média-planning (3 ECTS)
- Marketing international (3 ECTS)
- Gestion financière et marketing (3 ECTS)
- Challenge interparcours (3 ECTS)
- Art, culture et créativité (3 ECTS)
- Expression orale (3 ECTS)
- Stratégie éditoriale digitale (3 ECTS)

Semestre 4

obligatoire

- Droit de la communication (3 ECTS)
- Communication Gestion de projet web (3 ECTS)
- Introduction au développement web (3 ECTS)
- Marketing critique (3 ECTS)
- Publicité digitale (3 ECTS)
- Compétition publicitaire (3 ECTS)
- Développement personnel (3 ECTS)
- Apprentissage (3 ECTS)
- Search Marketing (SEA) (3 ECTS)
- Voyage d'études (3 ECTS)

Liste des enseignements : 2ème année du Master : parcours Conseil et recherche

Semestre 3

Obligatoire

- Expérience client et création de valeur (3 ECTS)
- Méthodologies quantitatives 1 (3 ECTS)
- Gestion financière et Marketing (3 ECTS)
- Projets tutorés 1 (3 ECTS)
- Design de la recherche 2 (3 ECTS)
- Marketing international (3 ECTS)
- Méthodes Qualitatives de Recherche (3 ECTS)

Semestre 4

Obligatoire

- Projets tutorés 2 (3 ECTS)
- Méthodologies quantitatives 2 (3 ECTS)
- Méthodes de recherches digitales en Marketing (3 ECTS)
- Atelier Value Proposition Design (3 ECTS)
- Atelier Soft skills (1 ECTS)
- Projets tutorés 2 (3 ECTS)
- Marchés et institutions (3 ECTS)
- Consumer marketing (3 ECTS)
- Modèles Marketing 2 (3 ECTS)
- Recherche en stratégie (3 ECTS)
- Social media Intelligence (3 ECTS)
- Mémoire théorique (9 ECTS)
- Mémoire appliqué (9 ECTS)

Liste des enseignements : 2ème année du Master : parcours Distribution et relation client

Semestre 3

Obligatoire

- Gestion financière et marketing (3 ECTS)
- Stratégie de veille et méthodes de créativité (3 ECTS)
- Stratégie des distributeurs (3 ECTS)
- Management des clients : CRM stratégique et opérationnel (3 ECTS)
- Management des clients : CRM analytique (3 ECTS)
- Category management et achats (3 ECTS)
- Challenge Interparcours (3 ECTS)
- Challenge distribution (3 ECTS)
- SCOPS 1 (3 ECTS)
- C-Store 1 (3 ECTS)

Semestre 4

Obligatoire

- Supply chain et Systèmes d'information (3 ECTS)
- Merchandising (3 ECTS)
- Projet voyage d'études (3 ECTS)
- Missions (3 ECTS)
- SCOPS 2 (6 ECTS)
- C-Store 2 (9 ECTS)
- Accompagnement recherche d'emploi (0 ECTS)
- Stage (3 ECTS)

Liste des enseignements : 2ème année du Master : parcours Management du luxe

Semestre 3

Obligatoire

- Grand témoins (0 ECTS)
- Marchés du luxe (3 ECTS)
- Challenge Interparcours (3 ECTS)
- Gestion de collection (3 ECTS)
- Marketing international (3 ECTS)
- Gestion financière et marketing (3 ECTS)
- Data Business Analysis (3 ECTS)
- Retail 1 (3 ECTS)
- Marketing digital (3 ECTS)
- Marques et directeur artistique (6 ECTS)

Semestre 4

Obligatoire

- Luxury Clients (3 ECTS)
- Leadership et management (3 ECTS)
- Retail 2 (3 ECTS)
- Merchandising (3 ECTS)
- Hospitality management and luxury experience (3 ECTS)
- Histoire de l'art (3 ECTS)
- Luxury business cases (6 ECTS)
- Learning expedition (0 ECTS)
- Apprentissage (6 ECTS)