

## Master Marketing, Vente

### Parcours Marketing des services

#### Objectifs

##### Objectifs

*Débouchés par parcours type de formation :*

*La vocation de la formation est l'insertion professionnelle immédiate, qui est facilitée par le basculement du dispositif en alternance depuis 2015 en master 2 et depuis 2019 en master 1 pour le semestre 8.*

##### Objectifs pédagogiques :

*Acquisition/approfondissement des connaissances (méthodes, outils, pratiques...) dans les disciplines fondamentales du marketing, avec une spécialisation dans le domaine du marketing des services et ses champs d'application. Réalisation de missions marketing dans le cadre des objectifs globaux d'une organisation. Formation renforcée pour la dimension numérique des fonctions marketing,*

##### Objectifs scientifiques :

*Acquisition de méthodes précises et rigoureuses dans la conduite de projets complexes à dominante marketing. Connaissance des nouveaux concepts et des évolutions de la discipline. Des débouchés sont possibles en doctorat pour les étudiants suivant le parcours « recherche » proposé au début de l'année de master 2.*

##### Objectifs professionnels :

*Former des personnes aptes à concevoir et appliquer la politique de marketing stratégique et opérationnelle des organisations, notamment dans le domaine des services.*

**Débouchés :** *concepteur-rédacteur, chargé de programmes événementiels, gestionnaire de communautés (community manager), responsable du marketing digital, chef de produit, chargé d'études, chargé de promotion, chargé de relations clientèle, chargé de communication, média-planneur...*

#### Compétences acquises

##### Compétences professionnelles

Analyser des marchés et des environnements complexes.

Comprendre le comportement du consommateur et des autres acteurs sur les marchés.

Analyser, concevoir et rendre opérationnelles des stratégies marketing. Intégrer les orientations relationnelles et participatives dans l'approche marketing.

Maîtriser la dimension numérique des fonctions marketing.

Mettre en œuvre un plan complet de communication.

Négocier et commercialiser des produits et des services.

##### Compétences personnelles :

Capacité d'analyse et intelligence conceptuelle.

Rigueur méthodologique et esprit critique.

Aptitude à passer de la conception à la réalisation.

Curiosité, créativité, ouverture d'esprit et empathie.

Aptitude au dialogue, au travail d'équipe et à la négociation.

La formation est destinée à une insertion professionnelle immédiate, qui est facilitée par l'alternance en master 1 (semestre 8) et l'alternance au cours de l'année du master 2.

Les titulaires du diplôme peuvent assumer différentes fonctions :

- > fonctions analytiques : chargé d'études, responsable bases de données clients...
- > fonctions « créatrices » : concepteur rédacteur, chargé de programmes événementiels...

> fonctions opérationnelles : chargé de promotion, chargé de clientèle, chargé de communication, média-planneur, chargé de marketing direct, community manager...

Fonctions managériales : chef de produit, directeur marketing, responsable merchandising, responsable du marketing digital ...

#### Conditions d'accès

Toute personne ayant eu une formation préalable en marketing peut être candidate au master marketing-vente.

Une personne ayant eu une activité professionnelle et ayant exercé des fonctions en marketing peut également présenter sa candidature à l'accès au M1 ou au M2 (selon l'importance et la diversité de ses fonctions professionnelles en marketing), via le service de formation continue de l'université.

#### Poursuite d'études

La poursuite d'étude en doctorat est possible après le master 2. Il est envisageable, pour les étudiants le souhaitant, de suivre une formation à la recherche de trois semaines, en début d'année universitaire (septembre)

#### Insertion professionnelle

➔ [Voir les enquêtes de l'Observatoire de l'UBO](#)

#### Infos pratiques

**Institut d'Administration des Entreprises de Brest (IAE) à Brest**

Ouvert en alternance

##### Contacts

Responsable formation : Ronan DIVARDO2 98 01 70 85, Patrick GABRIEL02 98 01 70 63

Secrétariat pédagogique

Nolwen Pierre-Elies

02 98 01 82 43

**Nolwen.PierreElies@univ-brest.fr**

## Programme

### M1

#### Semestre 7

##### UE 1 Renforcement des fondements en gestion

- Management stratégique	24h
- GRH - Management d'équipe	22h
- Projet marketing appliqué	
- Anglais des affaires	18h

##### UE 2 Fondements disciplinaires du marketing

- Marketing fondamental	30h
- Etudes de marché	24h
- Négociation, vente	24h
- Marketing international et interculturel	26h
- Communication marketing	37h
- Marketing digital	24h

#### Semestre 8

##### UE 3 Enseignements fondamentaux en marketing 1

- Comportement du consommateur (fondements)	28h
- Marketing des organisations non marchandes	24,5h
- Outils et techniques du marketing digital	35h

##### UE 4 Pratiques et méthodes marketing

- Marketing stratégique et étude de cas	28h
- Système d'information décisionnel	21h
- Anglais des affaires	18h
- Jeu et simulation marketing	35h

##### UE 5 Professionnalisation

- Projet transversal IAE
- Alternance, mémoire professionnel et soutenance

### M2

#### Semestre 9

##### UE 1 Connaissances fondamentales en marketing des services

- Marketing des services - Approche générale	24h
- Tendances et évolutions marketing	36h
- Comportement du consommateur (approfondissements)	24h
- Gestion de la relation client	30h

##### UE 2 Techniques et méthodes appliquées au marketing des services

- Analyse des données en marketing	30h
- Marketing et innovation	24h
- Marketing numérique - Stratégie et conduite de projet	63h

#### Semestre 10

##### UE 3 Outils appliqués au marketing des services

- Négociation et gestion commerciale	45h
- Techniques et outils de communication	33h
- Marketing digital - Outils et techniques	18h

##### UE 4 Développement de compétences transversales

- S'exprimer dans un cadre économique	33h
- S'exprimer à l'écrit et à l'oral	49h

Dernière mise à jour le 11 juin 2019