Université de Bretagne Occidentale

Master Marketing, Vente

Parcours Marketing des services

Objectifs

Débouchés par parcours type de formation :

La vocation de la formation est l'insertion professionnelle immédiate dans des fonctions relevant du domaine marketing-communication-vente. Cette insertion est facilitée par le passage du dispositif en alternance depuis 2015. A compter de la rentrée 2022, les deux années de master sont intégralement en alternance.

Objectifs pédagogiques *:*

Acquisition/approfondissement des connaissances et des compétences (méthodes, outils, pratiques...) dans les disciplines fondamentales du marketing, avec une spécialisation dans le domaine du marketing des services et ses champs d'application. 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 et maitrise 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 mettre en oeuvre 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, responsable d'agence, chargé de relations clientèle, chargé de communication, chargé de communication digitale, responsable communication, responsable marketing...*

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 contemporaines dans l'approche marketing (marketing expérientiel, marketing participatif, nudge marketing, inbound marketing...).

Maîtriser la dimension numérique des fonctions marketing.

Concevoir et mettre en œuvre un plan complet de communication.

Négocier et commercialiser des produits et des services.

Maîtriser l'ensemble des étapes du lancement d'un nouveau service ou produit.

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.

Conditions d'accès

Les personnes ayant validé un ou plusieurs enseignements en marketing peuvent être. candidates. Sont notamment concernés les étudiants de licence de gestion, d'économie-gestion, d'AES, de LEA, de management du sport. Les étudiants issus de licence professionnelle ou de bachelor, sauf cas exceptionnel, ne sont pas éligibles.

Les principaux critères de sélection sont, en dehors du cursus d'origine, les notes en marketing et dans les matières relevant de cette discipline, le niveau atteint au score IAE Message (dont le passage est obligatoire), et le mérite académique (qualité du cursus, absence de redoublement, mentions...). D'autres critères interviennent : stages et expériences en marketing/communication/vente, motivations, expériences personnelles (engagement associatif, diplômes non universitaires...).

La formation est accessible aux personnes en reprise d'études ou passant par une procédure de validation des acquis (VAPP, VAE).
Pour tous renseignements sur la reprise d'études : bureau REVA - Tél. : 02 98 01 83 97 Courriel : reva@univ-brest.fr

Le nombre de places est contingenté (25 pour chacune des deux années).

Poursuite d'études

La poursuite d'étude en doctorat est possible après le master 2. Il est nécessaire en ce cas de suivre le parcours « recherche en sciences de gestion » organisé en début du master 2.

Insertion professionnelle

Elle est étudiée par l'Observatoire de Cap Avenir 18 mois et 30 mois après l'obtention du diplôme.

Infos pratiques

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

Contacts

Responsable pédagogique
DIVARD Ronan
ronan.divard@univ-brest.fr
Tel. 02 98 01 70 85

Responsable pédagogique
GABRIEL Patrick
patrick.gabriel@univ-brest.fr
Tel. 02 98 01 70 63

Contact administratif
Pierre-Elies Nolwen
Nolwen.PierreElies@univ-brest.fr
Tel. 02 98 01 82 43

Université de Bretagne Occidentale

iae de Bretagne Occidentale

Programme

M1 MKT vente

BLOC 1 Réfléchir à une stratégie en marketing-vente et élaborer cette stratégie

- Management stratégique 24.5h
- Marketing fondamental 31.5h

BLOC 2 Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en marketing-vente

- Jeu et simulation marketing 28h
- Marketing stratégique et étude de cas 28h
- Communication marketing 35h
- Négociation, vente 24.5h

BLOC 3 Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en marketing-vente

- Etudes de marché 24.5h

BLOC 4 Développer une culture managériale et organisationnelle

- GRH - Management d'équipe 21h
- Marketing des organisations non marchandes 21h

BLOC 5 Accompagner les comportements et postures au travail

- Evaluation des pratiques professionnelles (alternance)

BLOC 6 S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques

- SI décisionnel 21h
- Fondements du marketing numérique 24.5h
- Outils et techniques du marketing numérique 35h

BLOC 7 Mobiliser et produire des savoirs spécialisés en contexte professionnel

- Comportement du consommateur (fondements) 28h
- Marketing international et interculturel 28h

BLOC 8 Communiquer en contexte professionnel

- Anglais des affaires et du marketing 1 17.5h
- Anglais des affaires et du marketing 2 17.5h
- Rapport d'activité et soutenance (alternance)

M2 MKT vente

BLOC 1 Réfléchir à une stratégie de marketing-vente et élaborer cette stratégie

- Marketing des services et audit 31.5h
- Politique marketing et durabilité 21h

BLOC 2 Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en marketing-vente

- Développement de projets en marketing 35h
- Projet orienté expérience utilisateur 17.5h

BLOC 3 Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en marketing-vente

- Méthodes quantitatives 21h
- Méthodes qualitatives 14h

BLOC 4 Mettre en oeuvre des règles, normes et démarches qualité

- Gestion de la relation client 17.5h
- Gestion de la fidélisation 7h

BLOC 5 Développer une culture managériale et organisationnelle

- Développement et transformations organisationnels 28h
- Comportement du consommateur 24.5h

BLOC 6 Accompagner les comportements et postures au travail

- Evaluation des pratiques professionnelles (alternance)

BLOC 7 S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques

- Projets numériques en marketing 21h
- Outils numériques et performance marketing 31.5h

BLOC 8 Mobiliser et produire des savoirs spécialisés en contexte professionnel

- Mémoire de fin d'études et soutenance 7h

BLOC 9 Communiquer en contexte professionnel

- Expression écrite en contexte professionnel et scientifique 14h
- Anglais des affaires et du marketing 24.5h
- Gestion des relations commerciales et partenariales 38.5h

BLOC 10 Contibuer à la transformation et à l'innovation en contexte professionnel

- Tendances marketing 28h
- Innovation et marketing 17.5h

Dernière mise à jour le 27 novembre 2023

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 1 Réfléchir à une stratégie en marketing-vente et élaborer cette stratégie

7 crédits ECTS

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Ecrit - devoir surveillé	120	50%	
	CT	Ecrit - devoir surveillé	120	35%	
	CC	Dossier		15%	

Session 2 : Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Oral	30	100%	

Université de Bretagne Occidentale

Management stratégique

Université de Bretagne Occidentale

Marketing fondamental

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 2 Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en marketing-vente

13 crédits ECTS

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CC	Ecrit - rapport		15%	
	CC	Dossier		15%	
	CT	Oral - soutenance	20	10%	
	CC	Oral - exposé	20	10%	
	CT	Ecrit - devoir surveillé	150	20%	
	CC	Oral	20	10%	
	CT	Ecrit - devoir surveillé	90	20%	

Session 2 : Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Oral	30	100%	

Université de Bretagne Occidentale

Jeu et simulation marketing

Université de Bretagne Occidentale

Marketing stratégique et étude de cas

Université de Bretagne Occidentale

Communication marketing

Université de Bretagne Occidentale

Négociation, vente

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 3 Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en marketing-vente

4 crédits ECTS

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CC	Dossier		70%	
	CT	Oral - soutenance	20	30%	

Session 2 : Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Oral	30	100%	

Université de Bretagne Occidentale

Etudes de marché

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 4 Développer une culture managériale et organisationnelle

4 crédits ECTS

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Ecrit - devoir surveillé	90	50%	
	CC	Dossier		25%	
	CC	Oral - exposé	20	25%	

Session 2 : Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Oral	30	100%	

Université de Bretagne Occidentale

GRH - Management d'équipe

Université de Bretagne Occidentale

Marketing des organisations non marchandes

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 5 Accompagner les comportements et postures au travail

4 crédits ECTS

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CC	Ecrit - rapport		50%	
	CC	Ecrit - rapport		50%	

Session 2 : Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Oral	30	100%	

Université de Bretagne Occidentale

Evaluation des pratiques professionnelles (alternance)

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 6 S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques

8 crédits ECTS

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CC	Dossier		25%	
	CC	Travaux Pratiques		15%	
	CT	Ecrit - devoir surveillé	120	35%	
	CC	Travaux Pratiques		25%	

Session 2 : Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Oral	30	100%	

Université de Bretagne Occidentale

SI décisionnel

Université de Bretagne Occidentale

Fondements du marketing numérique

Université de Bretagne Occidentale

Outils et techniques du marketing numérique

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 7 Mobiliser et produire des savoirs spécialisés en contexte professionnel

6 crédits ECTS

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CC	Oral - exposé	20	20%	
	CT	Ecrit - devoir surveillé	120	30%	
	CC	Rapport écrit et soutenance orale	20	15%	
	CT	Ecrit - devoir surveillé	120	35%	

Session 2 : Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Oral	30	100%	

Université de Bretagne Occidentale

Comportement du consommateur (fondements)

Université de Bretagne Occidentale

Marketing international et interculturel

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 8 Communiquer en contexte professionnel

14 crédits ECTS

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CC	Travaux Pratiques		5%	
	CC	Oral	20	10%	
	CC	Travaux Pratiques		5%	
	CC	Oral	20	10%	
	CC	Ecrit - mémoire		45%	
	CT	Oral - soutenance	45	25%	

Session 2 : Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Oral	30	100%	

Université de Bretagne Occidentale

Anglais des affaires et du marketing 1

Université de Bretagne Occidentale

Anglais des affaires et du marketing 2

Université de Bretagne Occidentale

Rapport d'activité et soutenance (alternance)

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 1 Réfléchir à une stratégie de marketing-vente et élaborer cette stratégie

7 crédits ECTS

Université de Bretagne Occidentale

Marketing des services et audit

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CC	Oral	20	10%	
	CC	Rapport écrit et soutenance orale	20	20%	
	CT	Ecrit - devoir surveillé	120	70%	

Université de Bretagne Occidentale

Politique marketing et durabilité

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	Contrôle ponctuel	Ecrit et/ou Oral	20	100%	

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 2 Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en marketing-vente

5 crédits ECTS

Université de Bretagne Occidentale

Développement de projets en marketing

Université de Bretagne Occidentale

Projet orienté expérience utilisateur

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 3 Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en marketing-vente

5 crédits ECTS

Université de Bretagne Occidentale

Méthodes quantitatives

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Ecrit - devoir surveillé	120	100%	

Université de Bretagne Occidentale

Méthodes qualitatives

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	Contrôle ponctuel	Rapport écrit et soutenance orale	20	30%	
	CT	Ecrit - devoir surveillé	60	70%	

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 4 Mettre en oeuvre des règles, normes et démarches qualité

10 crédits ECTS

Université de Bretagne Occidentale

Gestion de la relation client

Université de Bretagne Occidentale

Gestion de la fidélisation

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 5 Développer une culture managériale et organisationnelle

7 crédits ECTS

Université de Bretagne Occidentale

Développement et transformations organisationnels

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Ecrit - devoir surveillé	60	10%	

Université de Bretagne Occidentale

Comportement du consommateur

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CC	Dossier		30%	
EC	CT	Ecrit - devoir surveillé	120	70%	

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 6 Accompagner les comportements et postures au travail

4 crédits ECTS

Université de Bretagne Occidentale

Evaluation des pratiques professionnelles (alternance)

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	Contrôle ponctuel	Ecrit - rapport		100%	

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 7 S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques

5 crédits ECTS

Université de Bretagne Occidentale

Projets numériques en marketing

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	Contrôle ponctuel	Rapport écrit et soutenance orale	20	100%	

Université de Bretagne Occidentale

Outils numériques et performance marketing

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	Contrôle ponctuel	Ecrit et/ou Oral	20	100%	

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 8 Mobiliser et produire des savoirs spécialisés en contexte professionnel

12 crédits ECTS

Université de Bretagne Occidentale

Mémoire de fin d'études et soutenance

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Ecrit - mémoire		100%	

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 9 Communiquer en contexte professionnel

6 crédits ECTS

Université de Bretagne Occidentale

Expression écrite en contexte professionnel et scientifique

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	Contrôle ponctuel	Ecrit et/ou Oral	20	100%	L'épreuve est commune avec celle de l'Anglais des affaires.

Université de Bretagne Occidentale

Anglais des affaires et du marketing

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	Contrôle ponctuel	Ecrit et/ou Oral	20	100%	

Université de Bretagne Occidentale

Gestion des relations commerciales et partenariales

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CC	Ecrit et/ou Oral	20	100%	

Université de Bretagne Occidentale

BLOC 10 Contibuer à la transformation et à l'innovation en contexte professionnel

4 crédits ECTS

Université de Bretagne Occidentale

Tendances marketing

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CC	Rapport écrit et soutenance orale	20	30%	
	CC	Oral	20	70%	

Université de Bretagne Occidentale

Innovation et marketing

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	Contrôle ponctuel	Ecrit et/ou Oral	20	100%	