

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 maîtrise 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

Référence fiche RNCP <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35907/>

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 oeuvre 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 6, 12 et 18 mois après l'obtention du diplôme.

Infos pratiques

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

Contacts

Responsable pédagogique

INNOCENT Morgane
morgane.innocent@univ-brest.fr

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

Programme

M1 MKT vente

BLOC 1 Réfléchir à une stratégie de 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'appropriier les usages avancés et spécialisés des outils numériques

- SI décisionnel 21h
- Fondements du marketing numérique 24.5h
- Outils et techniques du marketing numérique 35h
- Séminaire de rentrée sur les outils numériques

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 analytique et soutenance (alternance)

M2 MKT vente

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

- Marketing des services et audit marketing 21h
- Marketing des services - préparer un audit marketing 10.5h
- Elaboration d'un plan de développement marketing 10.5h

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

- Mise en oeuvre d'une solution numérique 28h

- Développement de projets innovants et durables en marketing (Foodhackathon) 24.5h
- Gestion de projet expérience utilisateur - méthodologie et application (idéation, design et prototypage) 10.5h

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

- Analyse quantitative des données en marketing 14h
- Analyses statistiques - applications 7h
- Analyse qualitative des données en marketing 14h

BLOC 4 Mettre en oeuvre des règles, normes et démarches améliorant la qualité des pratiques en marketing-vente

- Fidélité et gestion de la fidélité 7h
- Gestion de la relation client - concepts et utilisations 14h
- Marketing et développement durable 10.5h

BLOC 5 Développer une culture managériale et organisationnelle

- Création et reprise d'entreprise 14h
- Marketing et secteur touristique 14h
- Comportement du consommateur (approfondissements) 24.5h

BLOC 6 Accompagner les comportements et postures au travail

- Pratiques en entreprise
- Missions en entreprise

BLOC 7 S'appropriier les usages avancés et spécialisés des outils numériques en marketing-vente

- Marketing digital - stratégie et conduite de projet 10.5h
- Marketing digital : pilotage de la performance, e-réputation, et stratégies de référencement 10.5h
- Management des réseaux sociaux et de contenu (inbound mrk) 17.5h
- Utilisation des outils digitaux pour améliorer l'efficacité marketing 14h

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

- Anglais des affaires et du marketing (+ TOEIC passage obligatoire) 24.5h
- Technique du mémoire et accompagnement métier 17.5h
- Techniques de négociation et gestion commerciale 28h

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

- Tendances et évolutions marketing 17.5h
- Marketing participatif 7h
- Marketing et Innovation : mrk prospectif 7h
- Management de l'innovation appliquée à la conception de services 10.5h

Dernière mise à jour le 15 janvier 2026

BLOC 1 Réfléchir à une stratégie de 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

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

Marketing stratégique et étude de cas



Université de Bretagne Occidentale

Communication marketing



Université de Bretagne Occidentale

Négociation, vente

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	

Etudes de marché

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
	CC	Dossier		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

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)

BLOC 6 S'appropriier 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	Pratique - examen en ligne	60	12.5	
	CC	Travaux Pratiques	180	12.5	
	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

Outils et techniques du marketing numérique

Séminaire de rentrée sur les outils numériques

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	Ecrit et/ou Oral	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	

Comportement du consommateur (fondements)



Université de Bretagne Occidentale

Marketing international et interculturel

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 analytique et soutenance (alternance)

BLOC 1 Réfléchir à une stratégie de 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	
	CC	Oral	20	10	
	CC	Rapport écrit et soutenance orale	20	40	

Session 2 : Contrôle de connaissances

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

Marketing des services et audit marketing

Marketing des services - préparer un audit marketing



Université de Bretagne Occidentale

Elaboration d'un plan de développement marketing

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

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	Rapport écrit et soutenance orale	20	70	
	CC	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

Mise en oeuvre d'une solution numérique



Université de Bretagne Occidentale

Développement de projets innovants et durables en marketing (Foodhackathon)

Gestion de projet expérience utilisateur - méthodologie et application (idéation, design et prototypage)

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

5 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	
	CC	Ecrit - devoir surveillé	60	20	
	CT	Rapport écrit et soutenance orale	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

Analyse quantitative des données en marketing



Université de Bretagne Occidentale

Analyses statistiques - applications



Université de Bretagne Occidentale

Analyse qualitative des données en marketing

BLOC 4 Mettre en oeuvre des règles, normes et démarches améliorant la qualité des pratiques 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
	CT	Oral	20	10	
	CT	Ecrit - devoir surveillé	180	60	
	CC	Ecrit et/ou Oral	20	30	

Session 2 : Contrôle de connaissances

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

Fidélité et gestion de la fidélité

Gestion de la relation client - concepts et utilisations



Université de Bretagne Occidentale

Marketing et développement durable

BLOC 5 Développer une culture managériale et organisationnelle

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
	CC	Ecrit et/ou Oral	20	10	
	CT	Ecrit - devoir surveillé	60	10	
	CC	Rapport écrit et soutenance orale	20	10	
	CT	Ecrit - devoir surveillé	120	70	

Session 2 : Contrôle de connaissances

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



Université de Bretagne Occidentale

Création et reprise d'entreprise



Université de Bretagne Occidentale

Marketing et secteur touristique

Comportement du consommateur (approfondissements)

BLOC 6 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		100	

Session 2 : Contrôle de connaissances

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



Université de Bretagne Occidentale

Pratiques en entreprise



Université de Bretagne Occidentale

Missions en entreprise

BLOC 7 S'appropriier les usages avancés et spécialisés des outils numériques en marketing-vente

5 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	Rapport écrit et soutenance orale	20	50	
	CC	Dossier		25	
	CC	Ecrit et/ou Oral	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

Marketing digital - stratégie et conduite de projet

Marketing digital : pilotage de la performance, e-réputation, et stratégies de référencement



Université de Bretagne Occidentale

Management des réseaux sociaux et de contenu (inbound mrk)

Utilisation des outils digitaux pour améliorer l'efficacité marketing

BLOC 8 Mobiliser et produire des savoirs spécialisés en contexte professionnel

12 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 - mémoire		75	
	CT	Oral - soutenance	45	25	

Session 2 : Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	Report de notes	Autre nature			



Université de Bretagne Occidentale

Mémoire de fin d'études et soutenance

BLOC 9 Communiquer en contexte professionnel

5 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 et/ou Oral		30	
	CC	Ecrit - devoir surveillé	120	20	Test TOEIC (passage obligatoire)
	CC	Ecrit et/ou Oral		50	

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 (+ TOEIC passage obligatoire)



Université de Bretagne Occidentale

Technique du mémoire et accompagnement métier



Université de Bretagne Occidentale

Techniques de négociation et gestion commerciale

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

5 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	Rapport écrit et soutenance orale	20	50	
	CC	Ecrit et/ou Oral		50	

Session 2 : Contrôle de connaissances

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

Tendances et évolutions marketing



Université de Bretagne Occidentale

Marketing participatif

Marketing et Innovation : mrk prospectif



Université de Bretagne Occidentale

Management de l'innovation appliquée à la conception de services