

FICHE DIPLÔME

NOM DE LA FORMATION

MASTER 2EME ANNEE MENTION MARKETING VENTE PARCOURS MARKETING STRATEGIQUE ET
OPERATIONNEL (MSO 2024-2025)
43PB556M/3MSOM2/507

LIEU DE LA FORMATION

IAE DE DIJON

CODE RNCP

35907

INTITULE RNCP

MASTER - MARKETING, VENTE

ORGANISME CERTIFICATEUR

UNIVERSITE DE BOURGOGNE

OBJECTIFS DE LA FORMATION

APTITUDES

Le Master 2 est une année de spécialisation exclusive en marketing. Les grandes fonctions relatives à la fonction marketing y sont abordées dans un contexte très professionnalisant. La pédagogie est largement fondée sur la mise en situation.

L'année s'effectue en alternance en entreprise sur 12 mois, ce qui confère une véritable expérience professionnelle avec des compétences métiers reconnues aux alternants.

Objectifs

L'objectif de la formation est d'une part, de faire acquérir aux étudiants un ensemble de connaissances et de pratiques nécessaires à des fonctions d'encadrement marketing :

- * concepts et théorie marketing
- * méthodes et outils marketing
- * compréhension de l'environnement de la fonction marketing
- * connaissances sectorielles.

D'autre part, la formation vise à aider les étudiants à acquérir un professionnalisme affirmé à travers :

- * une forte implication de la part de spécialistes du marketing issus du monde de l'entreprise dans la formation : participation aux enseignements, conférences.

- * La réalisation de l'année de M2 en alternance sur 12 mois (3/4 du temps en entreprise)

L'Anglais est enseigné tout au long du parcours et les alternants disposent de quelques cours de marketing dispensés en anglais : marketing in english ; price strategy et communication (en partie).

COMPETENCES ACQUISES A L'ISSUE DE LA FORMATION

A l'issue de cette formation, les diplômés peuvent prendre en charge des fonctions marketing variées autour des compétences suivantes :

- * Capacité d'analyse de marché visant à mettre en place une stratégie marketing ;

- * Maîtrise des méthodes de segmentation et de ciblage ;

- * Exploitation des bases de données marketing et enrichissement ;

- * Maîtrise des méthodes d'études de marché ;

- * Capacité à définir un cahier des charges et une méthodologie d'étude de marché, gestion des relations avec des prestataires externes (cabinets d'études) ;

- * Capacité à réaliser un plan marketing et à le mettre en oeuvre ;

- * Capacité à mettre en oeuvre et à contrôler des actions marketing ciblées (plan de communication, plan promotionnel, opération de marketing direct) ;

- * Assistance d'équipe commerciale (préparation d'argumentaires, synthèses de marché, aide à la négociation) ;

- * Capacité à mener des négociations commerciales dans le cadre de différentes fonctions notamment négociateur en milieu industriel, acheteur, compte-clé ou category manager

VALIDATION POSSIBLE PAR BLOCS DE COMPETENCES

OUI ☐

NON ☒

POSSIBILITES DE POURSUITE D'ETUDES

Le parcours de certification ayant pour objectif premier une professionnalisation, il n'y a pas de poursuite d'études proposée. Le diplômé peut envisager de poursuivre ses études dans un nouveau cycle de formation.

PASSERELLES POSSIBLES

Il n'est pas prévu de passerelle spécifique avec une autre formation.

EQUIVALENCES

Cette deuxième année de Master permet l'obtention de 60 ECTS.

PERSPECTIVES D'EMPLOI/METIERS ACCESSIBLES

Débouchés professionnels :

Assistant / Directeur marketing

Assistant / Chef de produit, chef de marque

Assistant / Category Management / Trade marketing

Chargé d'études en entreprise / institut d'études/ société de panels

Responsable de secteur/directeur commercial

Négociateur en milieu industriel ou dans une entreprise de services/ Compte clé

Responsable communication/promotion des ventes hés

DUREE DE LA FORMATION (en heures)

448

PERIODE DE DEMARRAGE/FIN DE FORMATION

Du 02/09/2024 au 29/08/2025

RYTHME DE L'ALTERNANCE

1 à 2 semaines de cours par mois de septembre à juin

PROGRAMME DE FORMATION

Voir document Programme de formation

METHODES PEDAGOGIQUES

- Cours magistraux
- Études de cas, jeux d'entreprise
- Travaux pédagogiques encadrés
- Conférences et séminaires
- Visites d'entreprises

L'IAE bénéficie de tous les équipements requis : salles de cours équipées, bibliothèque (regroupant de nombreux ouvrages dédiés à la gestion et abonnements à des revues professionnelles), salles informatiques réservées...

Compte tenu de la taille de chaque promotion (25 personnes), la pédagogie développée par l'équipe est dynamique et interactive.

MODALITES D'EVALUATION

Les règles communes aux études LMD sont précisées dans le Référentiel commun des études mis en ligne sur le site de l'Université :

https://www.u-bourgogne.fr/wp-content/uploads/ODF_referentiel-etudes-lmd.pdf

Le diplôme terminal de master est délivré après validation d'un M1 ou son équivalent et l'obtention de chacun des semestres de M2, soit par compensation entre ces deux semestres et obtention d'une moyenne générale supérieure ou égale à 10/20.

PREREQUIS

Le M2 Marketing est accessible aux titulaires d'un Master 1 sciences du management marketing, sciences de gestion ou diplômes jugés équivalents (Masters 1 Sciences Economiques, AES, LEACA, MASCI, IUP Management, Maîtrises ou Masters 1 Scientifiques, Ecoles de commerce et d'ingénieurs)

Les personnes exerçant une activité professionnelle et désireuses de suivre le Master 2 parcours Marketing Stratégique et Opérationnel peuvent déposer leur candidature, après validation éventuelle d'acquis.

DOSSIER DE CANDIDATURE

Le candidat doit télécharger le dossier de candidature via e-candidat (lien sur le site de l'IAE Dijon <https://iae.u-bourgogne.fr/>).

Les dates d'ouverture et de clôture des candidatures sont indiquées sur le site de l'IAE.

PROCEDURE D'ADMISSION

Admission de plein droit des étudiants issus du M1 Marketing-Vente parcours marketing stratégique et opérationnel de l'Université de Bourgogne.

Pour les autres candidats : examen des dossiers puis pour les dossiers retenus, entretien : candidats au titre de la voie de la formation professionnelle continue ou étudiants issus d'un M1 d'un parcours marketing-vente d'une autre Université ou étudiants issus d'une formation compatible intégrant des pré-requis en marketing (Crédits ECTS validés).

examen des dossiers : la commission pédagogique appréciera la qualité du dossier sur l'ensemble du parcours universitaire (qualité, homogénéité et régularité des résultats, mentions...) notamment en marketing, méthodes quantitatives et anglais ainsi que l'expérience professionnelle acquise (stages, missions et expérience professionnelle marketing et/ou commerciale)

pièces requises dans le dossier : CV, lettre de motivation, relevés de notes de chaque année universitaire depuis le baccalauréat inclus.

entretien : la commission pédagogique appréciera la motivation du candidat, son savoir-être, son expérience professionnelle dans les domaines marketing et/ou commercial, la qualité de son projet professionnel en cohérence avec la finalité du master ainsi que les démarches actives de recherche d'alternance. A l'issue de la procédure, le Jury arrête la liste définitive des candidats admis à la formation.

MOYENS MOBILISES POUR LA RECHERCHE DU CONTRAT D'APPRENTISSAGE

Pour les candidats retenus déjà étudiants de l'université de Bourgogne :

- Possibilité de participer aux ateliers de recherche d'emploi du Pôle Formation et vie universitaire (rédaction de CV, lettre de motivation, simulation d'entretiens...).
- Accès au Career Center de l'IAE.

Pour l'ensemble des candidats retenus :

- Diffusion d'offres d'apprentissage, reçues notamment via le réseau d'entreprises partenaires ou des plateformes nationales de recherche de stages, d'alternance ou d'emploi.

MOYENS MOBILISES EN COURS DE FORMATION POUR FACILITER LA RECHERCHE D'EMPLOI

- Possibilité de participer aux ateliers de recherche d'emploi du Pôle Formation et vie universitaire (rédaction de CV, lettre de motivation, simulation d'entretiens...).
- Accès au Career Center de l'IAE.
- Diffusion d'offres d'emploi, reçues notamment via le réseau d'entreprises partenaires.

Souhaitez-vous bénéficier de notre livret d'apprentissage dématérialisé ?

OUI ☐

NON ☐

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap ?

OUI ☒

NON ☐

COORDONNEES

Responsable pédagogique

Prénom : Blandine

NOM : ANTEBLIAN

Téléphone :

Email : Blandine.Anteblian@u-bourgogne.fr

Chargé(e) d'ingénierie de formation

Prénom : Morgane

NOM : JESTIN

Téléphone : 06 68 87 28 43

Email : morgane.jestin@u-bourgogne.fr

Assistante

Prénom : Claire

NOM : GUICHARD

Téléphone : 06 66 86 27 98

Email :

INDICATEURS DE RESULTATS

TAUX DE DIPLOMATION DES PUBLICS APPRENTIS

Donnée pôle pilotage uB :

Session 2020-2021 : 100%

Session 2021-2022 : 100%

Session 2022-2023 : 100 %

TAUX DE POURSUITE D'ETUDES DES PUBLICS APPRENTIS

Données enquête SEFCA* :

Session 2021-2022 : 0%

Session 2022-2023 : 0%

**Taux calculés sur l'effectif de répondants*

TAUX D'INTERRUPTION EN COURS DE FORMATION DES PUBLICS APPRENTIS

Données SEFCA :

Session 2022-2023 : 4,7%

TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE GLOBAL DES PUBLICS APPRENTIS (à 6 mois)

Données enquête SEFCA* :

Session 2021-2022 : 92,31%

Session 2022-2023 : 100%

**Taux calculés sur l'effectif de répondants*

TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE DES PUBLICS APPRENTIS DANS LE OU LES METIERS VISES PAR LE DIPLOME (à 6 mois)

Données enquête SEFCA* :

Session 2022-2023 : 87,5%

**Taux calculés sur l'effectif de répondants*

Plus d'indicateurs sur le site de l'observatoire des étudiants : <https://ode.u-bourgogne.fr/>

Données INSERSUP sur la mention **Marketing, vente** :

Insertion professionnelle :

- Effectif de diplômés session **2021**, sortants de l'enseignement supérieur : **31**
- Effectif de diplômés session **2021**, poursuivant des études supérieures : **2**
- Taux d'emploi salarié en France des diplômés **2021** mesuré à **6 mois** (Source InserSup) : **71,0 %**
- Taux d'emploi salarié en France des diplômés **2021** mesuré à **18 mois** (Source InserSup) : **77,4 %**
- Taux d'emploi en France et à l'étranger des diplômés **2020** mesuré à **18 mois** (Source enquête IP) : **92,88 %**

L'effectif de diplômés sortants de cette mention étant inférieur à 20 pour l'année universitaire considérée, un cumul avec l'année universitaire précédente a été effectué.