

FICHE DIPLÔME

NOM DE LA FORMATION

Master 2^{ème} année Marketing-Vente parcours Chef de Produit et Etudes Marketing

LIEU DE LA FORMATION

IAE DIJON

CODE RNCP

35907

INTITULE RNCP

MASTER – MARKETING, VENTE

ORGANISME CERTIFICATEUR

UNIVERSITE DIJON BOURGOGNE

OBJECTIFS DE LA FORMATION

APTITUDES

- Analyser les marchés et les consommateurs
- Elaborer, optimiser, et activer une stratégie en marketing-vente
- Développer la digitalisation en entreprise
- Professionnalisation

COMPETENCES ACQUISES A L'ISSUE DE LA FORMATION

- Analyser son marché, l'environnement de l'entreprise et sa situation concurrentielle,
- Analyser les comportements des consommateurs et des shoppers,
- Rechercher des informations fiables afin de prendre des décisions stratégiques,
- Segmenter les marchés et choisir des cibles marketing,
- Construire des stratégies marketing en intégrant le digital,
- Concevoir un plan marketing 360,
- Gérer la communication média et digitale de l'entreprise,
- Gérer une offre de produits/services
- Piloter le développement et le lancement de produits/services dans une approche responsable,
- Travailler dans une équipe marketing ou commerciale
- Gérer des projets marketing
- Travailler en anglais dans un contexte international

VALIDATION POSSIBLE PAR BLOCS DE COMPETENCES

OUI ☐

NON ☒

POSSIBILITES DE POURSUITE D'ETUDES

Aucune poursuite d'études n'est proposée à l'issue du Master CPEM. Toutefois, quelques diplômés choisissent de faire une année internationale à l'issue du master.

PASSERELLES POSSIBLES

Des passerelles sont possibles entre le master CPEM et le master MD compte tenu du grand nombre de cours communs, si le projet de l'étudiant évolue.

EQUIVALENCES

Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte.

PERSPECTIVES D'EMPLOI/METIERS ACCESSIBLES

Chef de produit, chef de marché, chef de marque, category manager, trade marketer, Key Account Manager, chargé d'études, responsable marketing-communication, chargé de clientèle, responsable de secteur, responsable communication.

DUREE DE LA FORMATION (*en heures*)

455h

PERIODE DE DEMARRAGE/FIN DE FORMATION

De septembre à septembre (12 mois)

RYTHME DE L'ALTERNANCE

1 à 2 semaines par mois de septembre à juin + soutenance de mémoire de fin d'étude à l'issue du cursus

PROGRAMME DE FORMATION

Bloc de compétences : Analyser les marchés et les consommateurs
Comportement du consommateur : approches psychologiques - 21h - 4 crédits
Comportement du consommateur : approches sociologiques - 21h - 4 crédits
Category management Matière - 21h - 3 crédits
Ethnomarketing et Séminaire délocalisé - 67h - 5 crédits

Bloc de compétences : Elaborer, optimiser et activer une stratégie en marketing-vente
Marketing Stratégique - 21h - 3 crédits
Project Marketing (cours en anglais) - 49h - 5 crédits
Merchandising et Stratégie retail - 21h - 3 crédits

Bloc de compétences : Développer la digitalisation en entreprise
Stratégie de communication digitale - 14h - 3 crédits
Créativité publicitaire à l'ère digitale - 14h - 3 crédits
E-commerce et omnicanalité - 14h - 3 crédits
Stratégie digitale - 14h - 3 crédits

Bloc de compétences : Professionnalisation
Serious game de négociation - 21h - 3 crédits
Serious game stratégie marketing - 14h - 3 crédits
Grand Oral - 21h - 5 crédits
Rapport alternance et soutenance - 21h - 10 crédits
Bilan d'expérience entreprise - 14h
Travaux d'Etude et de Recherche - 67h

METHODES PEDAGOGIQUES

La formation est dispensée en alternance à raison d'une à deux semaines de formation par mois de septembre à juin, avec une soutenance de mémoire professionnel prévu en fin de cursus scolaire. Les cours se déroulent en présentiel dans les locaux de l'IAE DIJON. Une salle équipée est dédiée pour les enseignements théoriques. La promotion compte 10 à 15 alternants maxi.
Des visites d'entreprises ainsi qu'un séminaire délocalisé sur plusieurs jours sont prévus.

MODALITES D'EVALUATION

Contrôle continu, production et soutenance d'un mémoire de recherche et d'un mémoire professionnel
L'assiduité est obligatoire
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

Pré-requis scolaire :

Avoir validé un M1 Marketing vente parcours CPEM ou équivalent (candidature hors parcours possible)

Prérequis et profils recherchés :

- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.
- Développer une argumentation avec un esprit critique.
- Maîtriser des savoirs fondamentaux en gestion et plus précisément les bases du marketing.
- Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë.
- Travailler en équipe ainsi qu'en autonomie au service d'un projet.
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique

DOSSIER DE CANDIDATURE

Les étudiants ayant validé un M1 Marketing vente parcours CPEM sont admis de droit en M2 Marketing vente parcours CPEM.

Dépôt des candidatures extérieures sur eCandidat.

PROCEDURE D'ADMISSION

Examen du dossier et entretien avec les candidats dont le dossier a été retenu.

MOYENS MOBILISES POUR LA RECHERCHE DU CONTRAT D'APPRENTISSAGE

Diffusion d'offres – entreprises partenaires

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

Soutien du PFVU, accès au career center IAE et UBE, réseau des diplômés

Souhaitez-vous bénéficier de notre livret d'apprentissage numérique CAMPUS SKILLS ?

OUI ☐

NON ☒

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap ?

OUI ☒

NON ☐

COORDONNEES

Responsable pédagogique

Prénom : Blandine

NOM : ANTEBLIAN

Téléphone : 06 75 24 07 22

Email : Blandine.antebliau@u-bourgogne.fr

blandine.antebliau@ube.fr

Chargé(e) d'ingénierie de formation

Prénom : Morgane

NOM : JESTIN

Téléphone : 06 68 87 28 43

Email : alternance.iae-marketing@ube.fr

Assistante

Prénom : Claire

NOM : GUICHARD

Téléphone : 06 66 86 27 98

Email : alternance.iae-marketing@ube.fr

INDICATEURS DE RESULTATS

(A compléter chaque année sauf lors de la demande d'ouverture d'une nouvelle formation)

**Les chiffres et données ci-dessous concernent les diplômés de la promotion 2023 du master MSO :
Marketing Stratégique et Opérationnel dont le master CPEM constitue une évolution.**

TAUX DE DIPLOMATION DES PUBLICS APPRENTIS

100%

TAUX DE POURSUITE D'ETUDES DES PUBLICS APPRENTIS

10% pour la promotion 2023 soit 2 personnes.

TAUX D'INTERRUPTION EN COURS DE FORMATION DES PUBLICS APPRENTIS

0%

TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE GLOBAL DES PUBLICS APPRENTIS (à 6 et 18 mois)

A 6 mois = 80% (promotion 2023)

A 18 mois = 100% (promotion 2021)

TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE DES PUBLICS APPRENTIS DANS LE OU LES METIERS VISES PAR LE DIPLOME (à 6 et 18 mois)

A 6 mois = 80% (promotion 2023)

A 18 mois = 100% (promotion 2021)