



TYPE DE FORMATION

Master, diplôme d'État bac+5

Formation initiale (M1)

Formation initiale ou en alternance -

contrat de professionnalisation (M2)

Formation continue (M1-M2)

DURÉE DE LA FORMATION

2 ans

EFFECTIF ATTENDU

22 étudiants en M1

25 en M2

PRÉ-REQUIS

L'accès au Master 1 est conditionné par l'obtention d'un diplôme de Licence 3 en sciences de gestion ou un diplôme équivalent (Licence 3 Économie-gestion, Licence 3 en Mathématiques et statistiques appliquées aux sciences sociales...) et au passage du Score IAE-MESSAGE pour les candidats extérieurs.

Le passage du M1 au M2 se fait de droit pour les étudiants du M1 Études et actions marketing ayant validé leur année et ayant obtenu une moyenne >8 à toutes les UE et >10 aux modules de spécialité.

Peuvent également postuler en M2 les étudiants titulaires :

- d'une première année de Master en Sciences de gestion (spécialisé si possible en marketing) ou dans un domaine voisin (économie, sociologie, psychologie, statistiques),
- ou d'un diplôme jugé équivalent qui bénéficie d'une initiation préalable au marketing.



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Ce Master s'adresse aux étudiants qui souhaitent se spécialiser en marketing et en particulier qui souhaitent devenir chargés d'études ou chefs de produit.



COMPÉTENCES VISÉES

Acquérir des compétences techniques de réponse aux appels d'offre, de collecte et d'analyse des données (méthodologies qualitatives et quantitatives), de restitution des données analysées.

Ces compétences sont complétées par des enseignements spécifiques dans les disciplines connexes au marketing telles que la stratégie, le droit, les achats, l'anglais. Toutes ces connaissances visent à éclairer la prise de décision stratégique et opérationnelle (gestion de la marque, distribution, communication, marketing digital, marketing international). Une part importante de la formation est consacrée à des projets réalisés avec des étudiants d'autres formations (designers, ingénieurs, juristes).



DÉBOUCHÉS

Le Master prépare les étudiants aux différents métiers du marketing d'études, stratégique et opérationnel, et en priorité aux métiers de chargé d'études marketing et de chef de produit. Le Master est orienté B to C et de nombreux projets sont axés sur le secteur des biens agro-alimentaires. La formation répond aux besoins des entreprises soucieuses de recruter des spécialistes de haut niveau dans ces domaines aussi bien au niveau national qu'international.

Depuis sa création en 2004, le Master bénéficie de partenariats professionnels locaux solides et durables pour l'enseignement, les stages, la formation en alternance et le recrutement : cabinets d'études (The Links, Para Bellum, Cap Gemini TNS Sofres, Ipsos-Vantis), enseignes de distribution (Système U, Décathlon, Leclerc, Maison du Monde, Carrefour), entreprises industrielles (Dorel-Bébé Confort, Gastronom, Lactalis, IKKS, Nature et Aliment), sociétés de services (Sigma, SNCF, Publicis, Groupama), notamment.



ORGANISATION

Formation sur 2 années universitaires de septembre à septembre. M1 en formation initiale (FI) / M2 en FI ou en alternance (au choix).

Cours de septembre à fin mars en M1 et M2.

Stage à partir de début avril : **en M1, 14 semaines minimum** (soutenance en juin) / **en M2, de 5 à 6 mois pour les FI** (soutenance en sept.) **tandis que les alternants sont en entreprise à temps complet** (retour d'expérience en juin).

Cours toute la semaine en M1. En M2, les cours ont lieu les lundi, mardi et 1 mercredi sur 2. Les autres jours, les alternants sont en entreprise tandis que les étudiants en FI travaillent sur des projets tutorés pour le compte d'entreprises.

Modalités pédagogiques variées : enseignements théoriques et appliqués, séminaires professionnels, projets en équipes (projet tutoré, projet collaboratif avec des étudiants, ingénieurs, juristes et designers avec la plateforme ID4Food, Challenge Innovation avec les étudiants du Master 2 Design Management, analyse sectorielle).

ENSEIGNEMENTS

MASTER 1 (60 ECTS) Volume horaire variable selon options	436/ 496h
Stratégie et Management Stratégie, Stratégie et ingénierie financière, Management des ressources humaines	102h
Management organisationnel Management de la qualité et des risques, Système d'information et de communication	62h
Projets et études Marketing des études, Conduite de projets	24h
Langages Informatique, LV1 Anglais, LV2 (allemand, espagnol, chinois)	84h
Management, recherche et environnement International and intercultural management, Droit fiscal, Initiation à la recherche et au conseil en management	60h
Spécialité I Marketing, Traitement d'enquêtes quantitatives	60h
Spécialité II Changement organisationnel : recherche et conseil	20h
Insertion professionnelle Conférences professionnelles, Jeu d'entreprise Stage en entreprise (14 sem. min.)	24h
Option de découverte (facultative) Management de l'innovation, Management de la santé, Engagement associatif	12/ 60/ 30h

MASTER 2 (60 ECTS)	448h
Comprendre l'environnement Analyse stratégique et concurrentielle, Comportement du consommateur, Droit de la propriété intellectuelle et industrielle, Droit de la consommation et la concurrence	35h
Outils de conception et de communication Réponse aux appels d'offre et design d'étude, Outils de création pour la communication, Design Thinking, Business English	52h30
Etudes qualitatives Méthodologie des approches qualitatives, Sémiologie, Sociologie et ethnologie, Analyse des données textuelles	59h30
Etudes quantitatives Elaboration du questionnaire, échantillonnage et collecte, Prévion des ventes et panels, Traitement des données d'enquêtes quantitatives, Nouvelles techniques d'analyse de données	73h30
Décisions et actions marketing Gestion de la marque, Marketing des achats et de la distribution, Communication et réseaux sociaux, Développement à l'international	55h30
Insertion professionnelle Séminaires thématiques, Challenge Innovation Design-Marketing, Gestion de projet, Projet personnel et professionnel, Accompagnement professionnel	172h

MODALITÉS D'ACCÈS : CANDIDATURE

L'accès au Master 1 est conditionné à l'examen d'un dossier de candidature (Score IAE-Message, bilan de parcours académique du candidat, CV, lettre de motivation) puis, pour les candidatures retenues, à un entretien oral devant un jury composé d'enseignants-chercheurs et d'intervenants professionnels. Le dossier est téléchargeable sur le site web : www.univ-nantes.fr/iae/formations (se référer à la formation souhaitée).

Les étudiants du M1 Etudes et Actions Marketing de l'IAE Nantes ayant validé leur année et ayant obtenu une moyenne >8 à toutes les UE et >10 aux modules de spécialité EAM du semestre 2 peuvent accéder directement au M2.

L'accès au M2 pour les étudiants extérieurs est conditionné à l'examen du dossier de candidature et à un entretien devant un jury composé d'enseignants.

Formation continue

Ce diplôme est accessible avec un statut Formation continue pour les salariés ou demandeurs d'emploi ayant déjà une expérience professionnelle. L'accès peut se faire soit avec le titre requis pour la formation, soit après validation des acquis professionnels.

Contact service Formation continue :

Céline Brochu - celine.brochu@univ-nantes.fr
Tél. +33 (0)2 76 64 18 17

Consultez les modalités et tarifs spécifiques sur notre site web : www.univ-nantes.fr/iae/fc.

FRAIS D'INSCRIPTION

Formation initiale

Droits universitaires 245€.

Des services supplémentaires facultatifs pourront être proposés lors de la rentrée universitaire.

Formation en alternance

Les étudiants inscrits dans le cadre d'un contrat de professionnalisation ne sont pas redevables des droits universitaires.

CONTACTS

Responsable pédagogique M1 :

Benoît Journée - benoit.journe@univ-nantes.fr

Assistante de formation :

Marie Soumahoro - contact-m1marketing@univ-nantes.fr
Tél. +33 (0)2 40 14 17 41

Responsable pédagogique M2 :

Céline Gallen - celine.gallen@univ-nantes.fr

Suivi pédagogique des alternants :

Emmanuelle Vrignon - emmanuelle.vrignon@univ-nantes.fr

Assistante de formation :

Anne-Sophie Douay - contact-m2marketing@univ-nantes.fr
Tél. +33 (0)2 76 64 18 13

Relations entreprises pour l'alternance :

Flavie Chamard-Guéret - altermaster@iae.univ-nantes.fr
Tél. +33 (0)2 40 14 16 60

www.univ-nantes.fr/iae/formations