

## ÉTUDES ET ACTIONS MARKETING (M1-M2)

### MENTION MARKETING VENTE

Numéro RNCP 42353

**FORMATION SUR 2 ANS**

**DIPLÔME D'ÉTAT BAC +5**

**INITIALE OU ALTERNANCE (M2)**

**22-25 ÉTUDIANTS/ANNÉE**

### PRÉ-REQUIS

**M1 : Après une Licence 3 en sciences de gestion, économie-gestion ou équivalent (statistiques, sociologie) et Score IAE-Message pour les candidats externes.**

**M2 : Après un M1 en sciences de gestion (idéalement en marketing) ou domaine connexe (économie, sociologie, psychologie, statistiques) ou un diplôme équivalent avec initiation au marketing.**

**Passage automatique pour les étudiants du M1 EAM ayant validé leur année avec des notes >8 à toutes les UE et >10 aux modules de spécialité.**



### 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

Les enseignements visent à éclairer la prise de décision stratégique et opérationnelle (gestion de la marque, stratégie prix, achats et distribution, communication, social média, marketing international) grâce aux études marketing. Différents domaines du marketing sont enseignés : digital, responsable, international, BtoB. Des compétences techniques sont acquises dans le design d'études, la collecte et l'analyse des données (qualitatives et quantitatives), la restitution graphique des données analysées.

Ces compétences sont complétées par des enseignements spécifiques à l'environnement marketing telles que le comportement du consommateur, la veille, le droit, l'innovation et le design thinking, la sémiologie, l'ethnologie, l'anglais. Une part importante de la formation est consacrée à des projets réalisés pour des entreprises avec des étudiants d'autres formations (designers, ingénieurs, juristes).



### ORGANISATION

Formation sur 4 semestres.

M1 en formation initiale (FI) / M2 en FI ou en alternance (au choix) : contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

Cours de septembre à fin février en M1 et de septembre à fin mars en M2.

Une césure est possible entre le M1 et le M2.

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 un projet tutoré pour une entreprise.

### STAGES

En M1, 3 à 6 mois à partir de fin février (soutenance en juin).

En M2, 5 à 6 mois à partir de mi-mars pour les étudiants en formation initiale. Etudiants alternants en entreprise à temps plein sur cette période. Soutenances en septembre.

**Modalités pédagogiques variées :** enseignements théoriques, séminaires professionnels, études de cas, cours hors les murs, workshop, projets tutorés pour des entreprises, projets transversaux (challenge innovation avec l'École de Design Nantes Atlantique, marathon créatif avec d'autres composantes de Nantes Université).

Plus de 50% des intervenants sont des professionnels.



### 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.**

La formation répond aux besoins des entreprises soucieuses de recruter des spécialistes de haut niveau dans le domaine marketing et des études, aussi bien au niveau national qu'international. Le Master est plutôt orienté B to C mais des cours de B to B sont dispensés.

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 (Moaï, La Longue Vue, Para Bellum, Havas Média, CSA, Ifop), enseignes de distribution (Coopérative U, Décathlon, Leclerc, Maisons du Monde), entreprises (Eurial, Lactalis, Sodebo, Lacoste, Nature et Aliment), sociétés de services (SNCF, Harmonie Mutuelle, Groupama).



### PARTENARIATS

Le Master est conçu en partenariat avec le CFA Formasup Pays de la Loire.

## ÉTUDES ET ACTIONS MARKETING (M1-M2)

### MENTION MARKETING VENTE

Numéro RNCP 42353



### ENSEIGNEMENTS

| MASTER 1 (60 ECTS)                                                                                                                          | 444h |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>Management transversal 1</b><br>Stratégie, Management des ressources humaines, Business Plan, Management de la qualité et des risques    | 96h  |
| <b>Marketing 1</b><br>Marketing des études, Traitement d'enquêtes quantitatives, Marketing digital                                          | 60h  |
| <b>Communiquer et manager 1</b><br>Informatique, Business English, LV2 au choix (allemand, espagnol, chinois), Comportements professionnels | 87h  |
| <b>Management transversal 2</b><br>Droit fiscal, Initiation à la recherche et au conseil en management                                      | 42h  |
| <b>Marketing 2</b><br>Comportement du consommateur, Marketing B to B, Marketing responsable, Marketing relationnel                          | 100h |
| <b>Communiquer et manager 2</b><br>Négociation commerciale, Datavisualisation, Communication visuelle                                       | 23h  |
| <b>Insertion professionnelle</b><br>Mise en situation professionnelle, Stage en entreprise (14 semaines minimum)                            | 36h  |

### CONTRÔLE DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Chaque discipline enseignée (unité d'enseignement) fait l'objet d'une notation résultant d'un contrôle continu et/ou d'une épreuve terminale (orale ou écrite), suivant la nature de l'enseignement dispensé. Des sessions de rattrapage sont organisées. Le Master est délivré avec des mentions suivant les résultats obtenus.

### MODALITÉS D'ACCÈS

L'accès au Master 1 nécessite l'examen d'un dossier de candidature (Score IAE-Message, parcours académique, CV, lettre de motivation), disponible dès février sur [www.monmaster.gouv.fr](http://www.monmaster.gouv.fr).

**Date limite :** fin mars.

En Master 2, les candidats externes (n'ayant pas suivi le Master 1) doivent soumettre un dossier et passer un entretien avec un jury.

### FORMATION CONTINUE

Accessible pour salariés ou demandeurs d'emploi via titre requis ou validation des acquis professionnels.

### Contact service Formation continue :

**Claire Bourge** - [fc-iae@univ-nantes.fr](mailto:fc-iae@univ-nantes.fr) / Tél. +33 (0)2 76 64 18 16.

Infos sur [www.univ-nantes.fr/iae/fc](http://www.univ-nantes.fr/iae/fc).

### FRAIS D'INSCRIPTION

#### FORMATION INITIALE

Droits universitaires en vigueur **254€** (année 2025-2026)  
Contribution vie étudiante et campus (CVEC) : **105€** à régler auprès du CROUS (année 2025-2026)

#### FORMATION EN ALTERNANCE

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

#### COÛT DE LA FORMATION

Coût pris en charge par l'intermédiaire de l'entreprise.  
Contrat de professionnalisation / FC : 18€/heure en 2025  
Contrat d'apprentissage : dépend du code RNCP et de l'IDCC de l'employeur (contacter le CFA : [accueil@formasup-paysdelaloire.fr](mailto:accueil@formasup-paysdelaloire.fr)).

| MASTER 2 (60 ECTS)                                                                                                                                  | 449h  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>Comprendre l'environnement</b><br>Veille et prospective, Comportement du consommateur, Droit appliqué au marketing                               | 31h30 |
| <b>Outils de conception et de communication</b><br>Design d'étude, Outils de création graphique, Innovation et Design Thinking, Business English    | 59h30 |
| <b>Mise en situation professionnelle</b><br>Séminaires thématiques, Challenge Innovation Design-Marketing, Marathon créatif                         | 26h30 |
| <b>Etudes qualitatives</b><br>Méthodologie des études qualitatives, Sémiologie, Sociologie et ethnologie                                            | 52h30 |
| <b>Etudes quantitatives</b><br>Elaboration d'une étude quantitative, Panels et prévision des ventes, Analyse des données quantitatives, IA et Data  | 66h30 |
| <b>Actions marketing</b><br>Gestion de la marque, Politique de prix, Achats et distribution, Communication et social media, Marketing international | 70h   |
| <b>Temps d'étude et de recherche</b><br><b>Retour d'expérience</b><br><b>Mémoire et soutenance</b>                                                  | 130h  |
| <b>Insertion professionnelle</b><br>Gestion de projet stage (5 à 6 mois) ou alternance                                                              | 12h   |

### CONTACTS

#### Responsables pédagogiques :

**Céline Gallen** - [celine.gallen@univ-nantes.fr](mailto:celine.gallen@univ-nantes.fr)

#### Suivi pédagogique des alternants M2 :

**Emmanuelle Vrignon**

[emmanuelle.vrignon@univ-nantes.fr](mailto:emmanuelle.vrignon@univ-nantes.fr)

#### Assistantes de formation :

**M1 + M2 : Anne-Sophie Goureau**

[contact-m1marketing@univ-nantes.fr](mailto:contact-m1marketing@univ-nantes.fr)

Tél. +33 (0)2 76 64 18 13

#### Relations entreprises pour l'alternance :

**Sandrine Hermelin / Céline Brochu**

[alternance-iae@univ-nantes.fr](mailto:alternance-iae@univ-nantes.fr)

Tél. +33 (0)2 76 64 18 18 / 18 17



### ACCUEIL SPÉCIFIQUE

Découvrez le dispositif d'accueil spécifique du public en situation de handicap



### INFOS PRATIQUES

Retrouvez plus d'informations sur la formation : taux de satisfaction / réussite / insertion / calendrier...