

# Master mention marketing, vente

 Durée de formation : 2 ans

 Niveau de sortie des études : Bac + 5

## CERTIFICATION ASSOCIÉE

### Master mention marketing, vente

#### Objectifs

#### Compétences attestées :

#### Compétences transversales

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine
- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère
- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale

## Compétences spécifiques

- Elaborer une vision stratégique en Marketing-Vente
- Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente
- Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en Marketing-Vente
- Mettre en Œuvre des règles, des normes et des démarches qualité en Marketing-Vente
- Développer une culture managériale et organisationnelle
- Accompagner les comportements et postures au travail

## Débouchés

### Secteurs d'activité :

- Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles
- Information et communication
- Transport et entreposage
- Hébergement, restauration

### Métiers visés :

- Chef de projet, produit, secteur, publicité
- Chargé d'études, de communication et e-communication
- Trafic manager
- Responsable marketing et digital
- Directeur commercial
- Cadre dans la distribution
- Responsable export
- Responsable merchandising
- Category manager
- Trade marketer

## MÉTIER PRÉPARÉ

<b>Responsable de la promotion des ventes</b>	<p>Le responsable de la promotion des ventes met au point des " opérations séduction " pour stimuler les ventes d'une marque ou d'un produit. Il travaille avec les professionnels du marketing et de la publicité, et avec les commerciaux sur le terrain.</p>
<b>Consultant/e</b>	<p>Avec expertise et stratégie, le consultant ou la consultante recherche des solutions pour améliorer le fonctionnement des entreprises, dans des domaines comme l'organisation, la relation client, les ressources humaines, les systèmes d'information, l'environnement, etc.</p>
<b>Collecteur/rice de fonds</b>	<p>En organisant les campagnes de dons, la collectrice ou le collecteur de fonds fait rentrer l'argent nécessaire à</p>

	une opération de solidarité. Place aux spécialistes de la gestion des bases de données et du marketing direct.
<b>Chef/fe de publicité</b>	Commercial en régie publicitaire, conseiller en communication ou en agence de publicité, le métier n'est pas le même. En régie, le chef de publicité vend des espaces publicitaires pour les supports qu'il représente. En agence, il gère un budget de communication.
<b>Chef de produit technique en informatique</b>	Le chef de produit technique en informatique gère la vie d'un produit, de sa conception à sa commercialisation, avec les équipes techniques et commerciales de l'entreprise. Il allie compétences techniques et marketing pour ce poste transversal.
<b>Chef/fe de produit touristique</b>	Treck au Népal, safari au Kenya, circuit culturel en Égypte... armé de son téléphone et de son ordinateur, le chef de produit touristique concocte derrière son bureau des voyages de rêve, pour le plaisir des autres.
<b>Chargé/e d'études média</b>	Fin stratège, le chargé d'études média s'appuie sur des données chiffrées, sur des études de marché et sur son intuition pour concevoir des campagnes publicitaires et assurer leur visibilité.
<b>Consultant/e web analytique</b>	Comment figurer en tête des classements des moteurs de recherche Web ? Comment améliorer l'ergonomie d'un site pour conduire le visiteur là où l'on veut l'amener ? Comment savoir si un internaute a consulté longtemps telle ou telle page ? Autant de questions que se posent les entreprises quand elles souhaitent améliorer les performances de leur site internet. Pour les aider à optimiser leur visibilité sur le Net, elles font appel au consultant ou à la consultante Web analytique
<b>Marchandiseur/se</b>	Les bonbons près des caisses de supermarchés, c'est lui. Les vins du mois en tête de rayon, c'est encore lui. Les présentoirs pour les promos, les vitrines des boutiques de mode, c'est toujours lui. Le marchandiseur met en scène les produits pour qu'ils soient remarqués... et achetés !
<b>Spécialiste pricing</b>	Fixer le bon prix en fonction de la typologie de l'entreprise cliente et du produit et/ou du service, c'est l'objectif du ou de la spécialiste pricing travaillant dans les commerces de gros.

---

	Véritable ambassadeur des marques qu'il représente, l'attaché commercial trouve les arguments pour convaincre ses clients d'acheter les produits dont il s'occupe. Son objectif : décrocher de nouveaux marchés pour son entreprise.
<b>Chargé/e d'études en marketing</b>	Avant de lancer un produit ou un nouveau service sur le marché, une entreprise demande au chargé d'études en marketing d'analyser les attentes des clients et l'offre de la concurrence. C'est un préalable nécessaire à tout lancement commercial.
<b>Chef/fe de produit marketing</b>	Séduire le consommateur en s'adaptant en permanence à ses goûts et besoins, tout en dopant le chiffre d'affaires de l'entreprise : telle est l'ambition du chef de produit marketing qui prend en charge un article ou une gamme de produits, depuis sa création jusqu'à sa mise en vente.
<b>Traffic manager</b>	Spécialiste de la publicité et de l'analyse statistique du comportement des internautes, le traffic manager définit la stratégie, supervise la réalisation technique et assure le suivi des campagnes promotionnelles en ligne.
<b>Acheteur/se</b>	Son rôle : acheter les produits et services dont son entreprise a besoin, en négociant les meilleures conditions de prix, de délais et de service après-vente. Une fonction de plus en plus stratégique dans le contexte économique actuel.
<b>Chef/fe de rayon</b>	Maillon essentiel dans le secteur de la distribution, la cheffe ou le chef de rayon gère et encadre une équipe, au sein d'un rayon spécialisé. Son objectif : générer du trafic et faire progresser le chiffre d'affaires.
<b>Acheteur/se d'espaces publicitaires</b>	Panneau d'affichage, passage à la radio ou à la télé, encart dans la presse... l'acheteur d'espaces publicitaires doit trouver le meilleur emplacement et au meilleur prix pour offrir à l'annonceur la plus grande visibilité pour sa publicité.
<b>Responsable e-crm</b>	Pour augmenter les ventes, le responsable e-CRM traque les habitudes et les comportements des internautes pour leur faire des offres sur mesure. Ce rôle stratégique, entre l'informatique web et le marketing, gagne tous les secteurs d'activité.
<b>Yield manager</b>	Responsable en partie de la politique tarifaire des transports ou de l'hôtellerie, le yield manager ajuste en

---

	permanence les prix des chambres, billets d'avion ou de train. Son but : optimiser les revenus de son employeur en proposant le juste prix.
<b>Chef/fe de projet communication digitale</b>	Spécialiste de la communication en ligne, le chef de projet communication digitale intègre les usages d'Internet, des réseaux sociaux, applications mobiles et du multimédia dans la stratégie des relations publiques d'une marque ou d'une entreprise.

## OÙ SE FORMER ?

	Rythme & durée	Lieu
<b>Institut littoral urbain durable intelligent (ILUDI)</b>		Rochelle
<b>Institut d'administration des entreprises - IAE Saint-Étienne</b>		Saint-étienne
<b>UFR de droit, des sciences économiques et de gestion - site Le Mans</b>		Mans
<b>UFR de sciences économiques, gestion, mathématiques, informatique (UFR SEGMI)</b>		Nanterre
<b>UFR de sciences économiques et de gestion (UFR SEG)</b>		Champs-sur-marne
<b>Institut d'administration des entreprises (IAE)</b>		Toulon
<b>Institut d'administration des entreprises (IAE)</b>		Poitiers
<b>Faculté de marketing et d'agrosociétés</b>		Colmar
<b>Institut Agro Montpellier</b>		Montpellier
<b>UFR d'Economie, gestion, administration et sciences sociales</b>		Arras
<b>Graduate School Economics &amp; Management</b>		Saclay
<b>Institut des stratégies et techniques de communication (ISTC)</b>		Lille
<b>UFR de sciences économiques sociales et de gestion</b>		Reims
<b>UFR des sciences économiques et gestion - Économie</b>		Créteil

	Rythme & durée	Lieu
École universitaire de management - Institut d'administration des entreprises Clermont Auvergne (EUM-IAE)		Clermont-ferrand
Institut Montpellier Management		Montpellier
Institut d'administration des entreprises - site de Niort (IAE)		Niort
Institut d'administration des entreprises - Campus Saint-Jean d'Angely (IAE)		Nice
UFR 06 École de management de la Sorbonne		Paris
Institut d'administration des entreprises - Campus de la Manufacture des Tabacs (IAE)		Lyon
Institut de Gestion de Rennes - Institut des Administrations des Entreprises (IGR IAE)		Rennes
Institut d'administration des entreprises de Franche-Comté (IAE)		Besançon
Institut d'administration des entreprises Bordeaux - École universitaire de management - Campus Bastide (IAE)		Bordeaux
Institut d'administration des entreprises Paris-Est - Site Descartes - Marne-La-Vallée (UFR SEG)		Champs-sur-marne
Institut d'administration des entreprises - Grenoble INP (GRENOBLE IAE INP)		Saint-martin-d'hères
Institut d'administration des entreprises (IAE)		Rouen
Institut d'administration des entreprises Tours Val de Loire - École universitaire de management (IAE)		Tours
Institut d'administration des entreprises - centre européen des produits de l'enfant (IAE-CEPE)		Angoulême
UFR économie, gestion (centre Charcot)		Paris
Toulouse School of Management (TSM)		Toulouse
Institut d'administration des entreprises (IAE)		Dijon
IAE Lille University school of management - site du vieux Lille		Lille
Institut d'administration des entreprises (IAE)		Amiens

	Rythme & durée	Lieu
Institut d'administration des entreprises Grenoble INP - site de Valence (GRENOBLE IAE INP)		Valence
Campus des Comtes de Champagne		Troyes
Institut d'administration des entreprises Metz - School of Management (IAE Metz)		Metz
IAE École de management Angers		Angers
Institut d'administration des entreprises Nancy - School of Management (IAE Nancy)		Nancy
IAE Nantes - Economie et management		Nantes
Conservatoire national des arts et métiers - site de Paris (Cnam)		Paris
Faculté de gestion, économie et sciences (FGES)		Lille
Institut d'administration des entreprises Aix - Aix- Marseille Graduate School of Management (IAE)		Aix-en-provence
INSTITUT D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES GRENOBLE		Grenoble
ADEFSA CTRE FORMAT APPRENTIS DESCARTES		Champs-sur-marne
UNIVERSITE TOULOUSE CAPITOLE		Toulouse
ECM		Besançon
UNIVERSITE GRENOBLE ALPES		Valence
FORMASUP HAUTS DE FRANCE		Lille
UNIVERSITE TOULOUSE CAPITOLE		Albi
UNIVERSITE TOULOUSE CAPITOLE		Toulouse
UFR DROIT ECONOMIE ET GESTION		Orléans
ECM		Belfort
FORMASUP PARIS ILE-DE-FRANCE		Paris
INSTITUT ADMIN ENTREPRISES		Tours
AG CNAM OCCITANIE		Montpellier
UFR DROIT SC ECO ET GESTION		Mans
CFA Universitaire Alsace (CENTRE DE		Colmar

	Rythme & durée	Lieu
<b>FORMATION APPRENTIS UNIVERSITAIRE ALSACE)</b>		
<b>UFR DROIT ECONOMIE ET GESTION</b>		Orléans
<b>INSTITUT D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES</b>		Clermont-ferrand
<b>Université de Reims Champagne-Ardenne - Formation initiale et Service Formation Continue (URCA)</b>		Troyes
<b>UNIVERSITE GRENOBLE ALPES</b>		Valence
<b>Association de Gestion du Conservatoire National des Arts et Métiers de La Région Grand Est</b>		Mulhouse
<b>UNIVERSITE TOULOUSE CAPITOLE</b>		Toulouse
<b>CNAM HAUTS-DE-FRANCE</b>		Lille
<b>IAE ANGERS</b>		Angers
<b>UNIVERSITE DE RENNES</b>		Rennes
<b>INSTITUT D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES</b>		Clermont-ferrand
<b>Université de Reims Champagne-Ardenne - Formation initiale et Service Formation Continue (URCA)</b>		Troyes
<b>UBS</b>		Vannes
<b>CFA Universitaire Alsace (CENTRE DE FORMATION APPRENTIS UNIVERSITAIRE ALSACE)</b>		Colmar
<b>IAE</b>		Paris
<b>FORMASUP PARIS ILE-DE-FRANCE</b>		Paris
<b>Université de Reims Champagne-Ardenne - Formation initiale et Service Formation Continue (URCA)</b>		Reims
<b>UNIVERSITE PARIS NANTERRE</b>		Nanterre
<b>ASS APPRENTIS INDUSTRIEL COMMERCIAL</b>		Saint-martin-boulogne
<b>Association de Gestion du Conservatoire National des Arts et Métiers de La Région Grand Est</b>		Nancy
<b>CNAM HAUTS-DE-FRANCE</b>		Arras
<b>UNIVERSITE D ARTOIS</b>		Arras
<b>UNIVERSITE TOULOUSE CAPITOLE</b>		Toulouse

	Rythme & durée	Lieu
CNAM AUVERGNE RHONE ALPES		Saint-étienne
FORMASUP HAUTS DE FRANCE		Roubaix
UNIVERSITE DE RENNES		Rennes
FORMASUP PARIS ILE-DE-FRANCE		Paris
Association de Gestion du Conservatoire National des Arts et Métiers de La Région Grand Est		Metz
FORMASUP HAUTS DE FRANCE		Lille
CNAM NORMANDIE		Évreux
PRESIDENCE DE L UNIVERSITE		Amiens
CFA Universitaire Alsace (CENTRE DE FORMATION APPRENTIS UNIVERSITAIRE ALSACE)		Colmar
UNIVERSITE DE LILLE		Lille
ECM		Dijon
UNIVERSITE DE ROUEN-NORMANDIE		Rouen
Université de Haute Alsace		Colmar
CNAM		Saint-denis
INSTITUT D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES		Clermont-ferrand
INSTITUT D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES GRENOBLE		Grenoble
CENTRE FORMATION APPRENTIS CFAUR		Saint-denis
CNAM PAYS DE LOIRE		Nantes
CNAM PAYS DE LOIRE		Nantes
Université de Haute Alsace		Colmar