



Master 2 Marketing et écoute des marchés

Parcours de la mention Management

PERSONNES CONCERNÉES ET PRÉ-REQUIS

Les cadres ou assimilés en activité (Projet de transition professionnelle, CPF, Plan de développement des compétences ou à titre personnel) ou en recherche d'emploi :

- > Titulaires d'un Bac+4 ou M1
- > Titulaires d'un diplôme de niveau inférieur et justifiant d'une expérience professionnelle réussie, sous condition d'acceptation par la commission pédagogique de la Validation des Acquis Professionnels et Personnels (dossier téléchargeable : <http://www.em-strasbourg.eu>)
- > Avoir des aptitudes personnelles liées à celles d'un manager (dynamisme, ouverture, organisation, etc.), un esprit créatif et un vif intérêt pour le marketing.

MODALITÉS D'ADMISSION

Les candidatures se font par le biais de l'interface E-Candidat (ecandidat.unistra.fr).

L'admission s'effectue en 2 étapes : 1) Présélection sur dossier (vérification des pré-requis et de l'adéquation du cursus universitaire). 2) Sélection sur entretien individuel (adéquation et cohérence du projet professionnel)

PRÉSENTATION ET POINT FORTS

Ce Master forme des professionnels souhaitant s'orienter vers les fonctions du marketing et de la relation client ou compléter leurs connaissances dans ce domaine, tant d'un point de vue stratégique qu'opérationnel.

Point forts :

- Mixité des publics d'apprenants (formation initiale et/ou alternance) : mutualisation de bonnes pratiques d'apprentissage, échanges enrichissants
- Maîtrise et mise en application de connaissances et compétences professionnelles transversales

COMPÉTENCES À L'ISSUE DE LA FORMATION

- > Maîtriser les principaux concepts et outils du marketing.
- > Valoriser une expertise en matière de fonctions marketing et commerciales dans un environnement international afin d'appliquer les réponses appropriées à des problématiques marketing complexes.
- > Développer sa capacité d'analyse, de synthèse et de prise de décisions en marketing.

PROGRAMME

UE1 De la stratégie d'entreprise à la stratégie marketing : Coaching individuel et pilotage collectif ; Plan marketing et stratégie commerciale ; Stratégie de la relation avec le client / CRM ; Stratégie d'entreprise

UE 2 Management des produits, de la marque et des prix : Management des produits et interculturalité ; Brand Management ; Management des prix

UE 3 Management de la communication, de la distribution : Politique de la communication: théories et modèles ; Politique de communication et publicité ; Politique de distribution: enjeux et circuits ; Distribution omnicanal

UE 4 Management commercial et E-marketing : Management commercial ; E-marketing

UE 5 Spécificités sectorielles : Marketing des services ; Marketing industriel et BtoB

UE 6 Études et information marketing : Consumer behavior ; Etudes marketing: méthodes et outils ; Méthodes qualitatives et créativité: analyse des données marketing

UE 7 Outils d'aide à la décision marketing : Processus de décision Mkt/commercial ; Intelligence économique et commercialisation ; Gestion financière

UE 8 CLUE et Approfondissement managérial international : Anglais des affaires ; International Marketing Management; Management interculturel ; Enjeux économique et sociaux en Europe ; Visite institution européenne

UE 9 Professionnalisation / Mission en entreprise / Méthodologie mémoire : Méthodologie de la recherche, mémoire et soutenance ; Retour d'expériences – Challenges / missions entreprises ; Co-formation ; Certification RSO ; Projet et accompagnement professionnel.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Méthodes participatives : cours, débats, études de cas, négociation, séminaires, témoignages, projets. L'équipe enseignante se compose d'enseignants-chercheurs et de professionnels du management.

Organisation de l'enseignement à distance (en cas de confinement lié à la crise sanitaire avec le maintien du calendrier et les cours réalisés en distanciel) :

- Réalisation de travaux (quizz, rendu...) à partir de ressources numériques, d'audiocours, de travail collaboratif, selon un planning de travail défini (transmis au minimum 15 jours avant la date de réalisation)
- Participation à des enseignements en classe virtuelle : cours en direct avec micro et webcam, organisés à des dates et heures précises pour favoriser les échanges et le tutorat à distance
- Réalisation des épreuves d'évaluation en conformité avec le règlement des examens de la formation

CONTRÔLE DE CONNAISSANCES

Les modalités d'évaluation des connaissances et compétences figurent sur le site de l'Université de Strasbourg.

RESPONSABLE SCIENTIFIQUE

Agnès WALSER-LUCHESE, Maître de Conférences HDR en sciences de gestion, Ecole de Management Strasbourg, Université de Strasbourg

DIPLÔME D'ETAT

Durée : 400h de cours + 600h de stage

En 2021/22

Référence : LKA21-0526A
du 08 septembre 2021
au 30 septembre 2022

Tarif

6000 € Pour les stagiaires formation continue insérés en formation initiale (IFI).

Lieu

Ecole de Management de Strasbourg
61 Avenue de la Forêt Noire
67085 Strasbourg Cedex

Renseignements et inscriptions

Boris BLERIOT (Master MEM / MEV)

Tél : 03 68 85 86 81
m2marketing@em-strasbourg.eu

Nature et sanction de la formation

Cette formation constitue une action d'adaptation et de développement des compétences. Elle permet l'obtention d'un diplôme inscrit au RNCP (code 34028) sous réserve de satisfaire aux modalités d'évaluation des connaissances et des compétences qui sont portées à la connaissance des stagiaires. La formation donne également lieu à la délivrance d'une attestation de participation. Une évaluation en fin de formation permet de mesurer la satisfaction des stagiaires ainsi que l'atteinte des objectifs de formation (connaissances, compétences, adhésion, confiance) selon les niveaux 1 et 2 du modèle d'évaluation de l'efficacité des formations Kirkpatrick.