



A PARTIR DE 2022

Master 1 Marketing Vente

A PARTIR DE 2023

Master 2 Parcours Marketing des Services et Expérience Client

CONDITIONS D'ACCÈS

En formation initiale :

Pour l'accès en Master 1, les étudiants devront être titulaires :

- d'une Licence Economie-Gestion
- d'une Licence Gestion

Pour l'accès en Master 2, les étudiants devront être titulaires :

- d'un Master 1 Marketing Vente

L'admission des candidats repose sur deux critères :

- le niveau du dossier du candidat
- le projet professionnel (CV, lettre de motivation)

Le score IAE message est vivement recommandé.

Début des cours : septembre

En formation continue et professionnelle :

Par validation des acquis (VAP ou VAE).

Dossier à demander et à remettre au :

SFC (Service Formation Continue)

« Le Mans Université »

Boulevard Pythagore

72085 Le Mans Cedex 9

02.43.83.30.79

sfc@univ-lemans.fr

La formation peut être répartie sur plusieurs années.

PRÉSENTATION

Le nouveau **Master 1 Marketing Vente** ouvre à partir de septembre 2022, et le **Master 2** ouvrira dans la continuité en septembre 2023, autour d'un parcours **Marketing des Services et Expérience Client**. D'autres parcours de Master 2 sont à l'étude.

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Ces masters forment aux métiers de cadres dans le marketing : chef de produit, chef de marque, chef de marché, product manager, chargé(e) de projet marketing, consultant(e) marketing... et à terme responsable marketing, chef de groupe marketing, directeur(-trice) marketing.

Ces fonctions marketing sont recherchées dans tous les secteurs d'activités – services (assurance, banque, distribution, santé...), conseil, management public (collectivités territoriales) – et dans les entreprises de toutes tailles, des start-up aux multinationales.

LES ATOUTS DE LA FORMATION

Alternance

Le Master 1 pourra être suivi en alternance à partir du 2nd semestre, avec un contrat de 18 mois (2ème semestre de Master 1 + totalité du Master 2).

Cela permettra de prendre le temps du premier semestre pour affiner le choix du master 2, tout en ayant au final un contrat long de 18 mois.

Cette configuration offre la possibilité de se former et d'acquérir un diplôme de l'enseignement supérieur tout en bénéficiant d'une expérience professionnelle reconnue et d'une rémunération.

Pédagogie

La durée de la formation est de 402 heures par an.

Le programme est construit de façon équilibrée entre enseignements théoriques, pratiques et mises en situation professionnelle. Les enseignements sont dispensés sous la forme de cours magistraux (CM) et de travaux dirigés (TD).

RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE :

Jonathan DEZECOT - Maître de conférences en Sciences de gestion
jonathan.dezecot@univ-lemans.fr



Master 1 Marketing Vente

1ER SEMESTRE	
Libellé des enseignements	Heures
Management RH	24
Management de la chaîne logistique et de projets	24
English for Business	17
Négociation commerciale / techniques de vente	24
Droits des affaires ou droit commercial	20
Contrôle de gestion	20
Marketing strategy	24
Marketing opérationnel	24
Consumer behavior	24

2 ÈME SEMESTRE	
Libellé des enseignements	Heures
Communication et publicité	24
Introduction au marketing relationnel	24
Management de la marque	24
Marketing digital	24
Introduction à la recherche en marketing	20
Méthodes qualitatives et quantitatives (analyse statistique)	40
Mémoire de recherche (partie 1)	
Certification Google	15
Informatique de gestion	15
English for Business	15

Master 2 Marketing des Services et Expérience Client

3ÈME SEMESTRE	
Libellé des enseignements	Heures
Marketing des services	20
Gestion de la relation client/CRM	15
Satisfaction, qualité de service et fidélisation du client	15
Stratégie de tarification dans les services / Yield management	24
Stratégie de distribution et digitalisation dans les services	24
Marketing et expérience du consommateur / marketing sensoriel dans les services	24
Communication et événementiel dans les services	24
Séminaire d'intégration professionnelle	9
English for Business	20

4 ÈME SEMESTRE	
Libellé des enseignements	Heures
Ethique et responsabilité	24
Compréhension des comportements et big data	24
Nouvelles tendances de consommation	24
Marketing des banques coopératives et mutuelles	6
Marketing territorial et management public	6
Marketing de la santé	6
Marketing des événements sportifs et culturels	6
Marketing touristique, hôtellerie et restauration	6
Etudes et recherche en marketing	24
Epistémologie et méthodologie de la recherche	10
Analyse des données en marketing (quali et quanti dont scoring, typologie,...)	40
Mémoire de recherche (partie 2)	
Insertion professionnelle : aide à la rédaction de CV et de lettre de motivation, et préparation aux entretiens	9
APEC accompagnement alternants	6
English for Business - préparation et passage du TOEIC	15

CHOISIR D'ÉTUDIER À LE MANS UNIVERSITÉ, C'EST :

- L'assurance d'une formation adaptée au marché du travail,
- La participation de nombreux professionnels à la formation grâce à l'environnement économique local,
- L'encadrement par une équipe pédagogique attentive, et la disponibilité d'une équipe administrative à votre écoute,
- La garantie d'un enseignement délivré dans des conditions favorables (petits groupes, projets, études de cas),

Contacts :

scolarité

02 43 83 38 16 / 31 22

scol-ecodroit@univ-lemans.fr

alternance

02 43 83 31 06

alternance-ecodroit@univ-lemans.fr