MASTER MARKETING STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNEL

Diplôme national de Master

BAC + 5

Un tissu d'entreprises partenaires et un réseau de plus de 600 anciens qui procurent missions d'études, stages, offres d'alternance et emplois à l'issue de la formation.

OBJECTIFS

- Acquérir les connaissances théoriques et les compétences pratiques nécessaires à l'exercice des fonctions d'encadrement en marketing
- Développer son professionnalisme (études de cas, projets et missions marketing)

PROFESSIONNALISATION

Le Master 2 s'effectue en alternance sous forme de contrat de professionnalisation ou d'apprentissage. Cette année apporte aux étudiants une réelle expérience professionnelle de longue durée et rémunérée.

CONDITIONS D'ACCÈS

- Etre titulaire d'un diplôme BAC + 3 dans un domaine compatible
- Admission sur dossier et entretien

DÉBOUCHÉS

- Chef de produit, chef de marque
- Chef de marché, négociateur
- Chargé d'études
- Category manager, trade marketer
- Responsable commercial ou de secteur
- Chargé de communication ou de promotion des ventes
- Responsable digital

CHIFFRES

- Taux d'insertion professionnelle : 92 %
- Salaire mensuel brut médian des diplômés : 2500 €

Source : enquête d'insertion professionnelle réalisée 1 an après l'obtention du diplôme, auprès des diplômés 2019 du Master Marketing Stratégique et Opérationnel de l'IAE DIJON

PROGRAMME

SEMESTRE 1	heures	ECTS	SEMESTRE 2	heures	ECTS
Contrôle de gestion	18	3	Comportement du consommateur	26	3
Stratégie	20	3	Initiation à la recherche	15	3
Méthodes d'études qualitatives	20	3	Marketing international	18	3
Méthodes d'études quantitatives	20	3	Anglais des affaires	20	3
Gestion de l'innovation	15	3	Branding management	15	3
Marketing des services	22	3	Commerce de détail	18	3
Plan marketing	24	3	Datamining	20	3
Serious game marketing	15	3	Apprendre à communiquer	22	3
Anglais des affaires : TOEIC	25	3	Étude marketing appliquée	20	4
Serious game de négociation	30	3	Implication étudiante	10	2
			Conférences métiers	12	
			Stage		

SEMESTRE 3	heures	ECTS	SEMESTRE 4	heures	ECTS
Comportement du consommateur : approches contemporaines	21	4	Négociation commerciale	10,5	2
Category management	21	3	Gestion du canal et marketing du point de vente	21	2
Techniques d'études de marché	17,5	3	Séminaire ethno-marketing	38,5	2
Panels	21	4	Customer Relationship Management	10,5	
Marketing stratégique	21	4	E-commerce	14	6
Politique de produits/services	14	3	Marketing in English *(cours dispensé en anglais)*	28	6
Price strategy *(cours dispensé en anglais)*	10,5	3	Acquisition digitale et consumer experience	10,5	
Communication et création publicitaire	14	3	Séminaire gestion de projet	14	
Stratégie de communication digitale	21	3	Travaux Pédagogiques Encadrés	36,5	
Travaux Pédagogiques Encadrés	44		Grand oral		4
			Alternance (rapport)		8
			Cycle de conférences	15	
			Suivi du projet professionnel		

communication IAE DIJON - © Adobe Stock | © Antonioguillem

CONTACTS

- **Direction de la formation**
  Master 1
  Bertrand BELVAUX
  Professeur des universités
  bertrand.belvaux@u-bourgogne.fr

  Master 2
  Blandine ANTEBLIAN
  Maître de conférences
  blandine.anteblian@u-bourgogne.fr

- **Secrétariat**
  03 80 39 54 21
  marketing-iae@u-bourgogne.fr

- **Alternance et formation continue**
  03 80 39 52 86
  alternance.iae-marketing@u-bourgogne.fr

iae.u-bourgogne.fr

IAE FRANCE Écoles Universitaires de Management

UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

QUALICERT SGS