

MASTER PROFESSIONNEL en alternance MARKETING VENTE

Objectifs de la formation

Le Master Marketing Vente a pour objectif de former des cadres dans les domaines du marketing, du développement et du management commercial. Bien qu'un grand nombre de diplômés rejoignent de grandes entreprises nationales ou internationales, le master se positionne également sur le créneau des petites et moyennes organisations qui ont des attentes précises en termes de compétences recherchées :

- polyvalence (marketing et vente),
- autonomie (dans les prises de décisions et la mise en œuvre d'actions),
- créativité (liée aux contraintes de taille et de budget).

À l'issue de la formation, le diplômé a acquis :

- une compétence de haut niveau en matière de méthodes de développement commercial (négociation-vente, commerce international, organisation de la fonction commerciale) et de démarches et techniques marketing (analyse et diagnostic marketing, définition d'une stratégie, mise en œuvre d'actions marketing et d'outils de contrôle des résultats) ;
- un « savoir-être » (polyvalence, autonomie, rigueur, créativité, éthique, esprit d'équipe) nécessaire au bon accomplissement des activités professionnelles visées ;
- une connaissance générale de l'entreprise et une capacité à encadrer des équipes dans l'optique d'évolutions professionnelles futures à court et moyen terme.

Métiers et insertion professionnelle

Les métiers actuels et futurs visés dépendent pour une large part de l'organisation et de la taille des entreprises :

- responsable de secteur, responsable du développement commercial, ...
- chef de produits, responsable marketing, ...
- chargé d'études, chargé de communication, responsable e-communication, ...
- responsable de marché, responsable export, ...

Les connaissances, compétences et savoir-être développés permettent aux diplômés d'évoluer à moyen ou long terme vers des postes de direction commerciale et marketing.

Après leur formation, les étudiants s'insèrent rapidement sur le marché du travail. Selon l'enquête de décembre 2016, 100% des étudiants étaient en activité, après un temps de recherche médian de 1 mois (80% en CDI et 20% en CDD - 30% en Bretagne et 70% dans le reste de la France).

Organisation de la formation

Le Master Marketing Vente se déroule sur deux années :

13 semaines de 35h soit 455h en 1^{ère} année et 12 semaines de 35h soit 420h en 2^{ème} année qui se déroulent chacune sur 12 mois en alternance : la formation est dispensée au rythme d'une semaine de formation par mois sauf pour la période de rentrée (4 semaines en continu en 1^{ère} année et 2 semaines en 2^{ème} année).

La 1^{ère} année du Master accueille également des étudiants en formation initiale suivant leur 1^{er} semestre à l'Institut de Management et le 2^{ème} au sein d'une Université partenaire à l'étranger ou suivant l'intégralité de leur Master 1 à l'étranger.

Les enseignements sont réalisés par des professionnels ainsi que des enseignants et des enseignants chercheurs.

La validation des acquis professionnels et de l'expérience permet également l'ouverture de la formation aux personnes issues du milieu professionnel. Pour plus d'informations sur le contrat de professionnalisation, consultez l'adresse suivante : <http://www-fc.univ-ubs.fr>, rubrique « Alternance ».

- ▶ **Taux de réussite :**
entre 95 % et 100 % selon les années.
- ▶ **120 ECTS**
(European Credits Transfer System)
- ▶ **Certification du niveau de langue :** TOEIC et CLES (allemand et espagnol).
- ▶ Formation aux **logiciels professionnels** : SAS, Business Object, Mapinfo, ...
- ▶ Usage d'outils pédagogiques innovants : jeux de rôle, jeux d'entreprise (Arkhé Kalypso, Cesim Project, Markstrat), études de cas,

Le Master Marketing Vente existe également en version formation initiale (sous condition d'obtention d'un contrat de mobilité internationale) :

- ▶ Possibilité d'effectuer la 1^{ère} année ou le 2^{ème} semestre **d'études à l'étranger** (Canada, Lituanie, Allemagne, Espagne et Chypre) - uniquement dans le cadre de la formation initiale.
- ▶ Possibilité d'obtenir un double diplôme avec Concordia University of Alberta à Edmonton (Canada) ou Universidad de Jaen (Espagne) dans le cas d'une année entière (M1) effectuée chez notre partenaire - uniquement dans le cadre de la formation initiale.

- ▶ **Institut de Management**
Faculté de Droit, Sciences Économiques et de Gestion
Campus de Tohannic
BP 573
56017 Vannes Cedex
Tél. : 02 97 01 26 53
www-facultedseg.univ-ubs.fr

Contenu de la formation

Master 1 – Semestre 1			Master 1 – Semestre 2		
UE 1	Communication Marketing	Communications médias et hors médias	UE 6	Politique de produits	Commercialisation de produits innovants
		Outils de création et production graphique			Gestion du portefeuille produits et des marques
UE 2	Commerce International	Technique du commerce international	UE 7	Marketing de la distribution et des services	Prévision des ventes
		Marketing international			Achat
UE 3	Webmarketing	E-communication	UE 8	Gestion de l'entreprise commerciale	Distribution et marketing du point de vente
		E-business			Marketing des services
UE 4	Langues étrangères	Anglais	UE 9	Gestion de la relation client	Simulation de gestion d'entreprise
UE 5	Projet professionnel	Management de projets	UE 10	Langue étrangère	Contrôle de gestion de l'entreprise commerciale
		Conduite de réunion et prise de parole en public	UE 11	Intégration professionnelle	GRC
		Projet tutoré (uniquement pour la formation initiale)			Rédaction et soutenance d'un rapport d'activités

Master 2					
UE 1	Management et développement commercial	Organisation de la fonction commerciale	UE 5	Marketing et territoire	Géomarketing
		Trade marketing			RSE
		Category management			
		Coaching des équipes de ventes			
UE 2	Études marketing	Analyse de données	UE 6	Décisions marketing	Plan marketing et simulation
		Méthodologies qualitatives			Audit
UE 3	Communication web	Web développement	UE 7	Langue étrangère	Droit du marketing et de la concurrence
		Médias sociaux			Anglais
UE 4	Système d'information marketing	BDD et reporting (Business Object)	UE 8	Intégration professionnelle	Méthodologie de recherche et mémoire professionnel
		Panels			
		CRM via SAS			

Conditions d'admission

► Inscriptions :

Pour la formation initiale : En janvier via le dépôt d'un dossier de demande de séjour d'études auprès du Service des Relations Internationales de l'UBS + via le dépôt d'un dossier de candidature à la formation sur le portail internet d'inscription de l'Institut de Management

Pour la formation continue : A partir de février via internet sur le portail d'inscription de l'Institut de Management (www.univ-ubs.fr)

► Plus d'informations :

www-facultedseg.univ-ubs.fr

La première année, en formation continue (alternance en entreprise), est ouverte aux étudiants :

- issus de la Licence « Sciences de Gestion » de l'UBS,
- issus d'autres formations universitaires de niveau Licence orientées Gestion,
- titulaires d'un Diplôme d'Études Supérieures de Commerce de niveau Licence.

L'admission en première année se fait sur dossier et sur entretien de motivation. Elle est conditionnée à :

- pour la formation continue (alternance) : la signature d'un contrat de professionnalisation et la validation des missions de l'alternance par le jury du Master ;
- pour la formation initiale (à l'étranger) : la signature d'un contrat de mobilité internationale avec l'une des Universités partenaires du Master (nombre de places très limitées).

La deuxième année du Master est ouverte aux étudiants ayant validé la première année d'un master orientée Marketing Vente (au plus tard avant la rentrée de septembre). L'admission se fait après étude du dossier et entretien et est conditionnée à la signature d'un contrat de professionnalisation et la validation des missions de l'alternance par le jury de Master.

Responsables pédagogiques : Gaëlle Boulbry – gaelle.boulbry@univ-ubs.fr (Master 1)

Agnès Lecompte – agnes.lecompte@univ-ubs.fr (Master 2)

Assistante pédagogique : Géraldine Solignac – geraldine.solignac@univ-ubs.fr