



MASTER

MARKETING, VENTE

PARCOURS-TYPE : GOÛT ET LUXE

PRÉSENTATION

Description :

Le Master mention « Marketing, vente » parcours type « Goût et Luxe » est une formation en deux ans qui permet à des étudiants titulaires d'une Licence d'acquérir progressivement une spécialisation dans les secteurs de biens, de goût et de luxe.

La première année de Master permet d'acquérir les connaissances fondamentales du Marketing mais également celles de la Gestion et du Management. Le programme et les contenus garantissent que l'intégralité des connaissances fondamentales en Marketing puisse être acquise au cours de cette première année.

La seconde année de Master spécialise les étudiants selon le parcours type choisi. En pratique, la formation est organisée de telle sorte que les étudiants puissent se construire une base de connaissances et d'expériences (par l'intermédiaire des stages) qui s'inscrivent dans leur propre trajectoire de formation.

Compétences acquises à l'issue de la formation :

Les étudiants du Master Marketing-Vente parcours type «Goût et Luxe » acquerront les compétences suivantes :

- Travailler en équipe et en mode projet
- S'exprimer correctement en anglais ;
- Posséder un niveau minimum de culture générale et artistique ;
- S'approprier les codes du luxe
- Maîtriser les principes de base de la réglementation et du cadre juridique liés aux biens de goût et de luxe
- Utiliser les outils d'analyse appropriés
- Analyser et anticiper les tendances du marché
- Développer des projets digitaux
- Gérer la relation avec la clientèle
- Élaborer un budget de marketing
- Construire des stratégies marketing adaptées en fonction des spécificités sectorielles
- Planifier, mettre en œuvre et contrôler des actions de marketing
- S'adapter rapidement aux changements liés aux exigences de la clientèle de ce secteur

Modalités d'enseignement :

En présentiel. En formation initiale et en formation continue. Possibilité de contrat de professionnalisation.

Stages et projets tuteurés :

Un stage de 2 à 4 mois est prévu au semestre 2 et un stage de 6 mois au semestre 4 qui valide l'intégration professionnel des étudiants. Un projet collectif est réalisé dans le cadre de l'UE « projet collectif » au S3, pouvant par exemple consister dans l'organisation d'un voyage d'études à l'étranger ou d'une table ronde à destination des entreprises.

PRÉREQUIS

Prérequis obligatoires :

Économie générale ; Sociologie générale ; Fondements de la gestion ; Marketing fondamental ; Fondements du droit ; Sociologie générale ; Anglais niveau B2 ; C2i1

Prérequis recommandés :

Histoire économique ; Histoire contemporaine ; Histoire de l'art ; Droit des obligations ; Droit des sociétés ; Droit des affaires ; Droit commercial ; Économie internationale ; Problèmes économiques contemporains ; Démographie ; Analyse des marchés et des stratégies d'entreprise ; Comptabilité financière ; Comptabilité de gestion ; Analyse des organisations ; Gestion des ressources humaines.

ET APRÈS...

Poursuites d'études envisageables : Doctorat en Sciences de Gestion

Débouchés : Responsable Marketing : M1705 ; Responsable de la relation clientèle M1704 ; Chef de produit M1703 ; Chargé d'études en marketing : M1403 ; Directeur des ventes D1406

RENSEIGNEMENTS ET CANDIDATURE

Le master peut être suivi au titre de la formation initiale et de la formation continue.

Les candidats sont sélectionnés sur dossier et après entretien devant un Jury composé d'universitaires et de professionnels.

Tous les masters proposés par la Faculté S.E.S.G. sont répertoriés sur le site national « trouvermonmaster.gouv.fr ». Les formations y sont présentées de manière homogène et chaque fiche de master propose une description de la filière, les mentions de licence conseillées pour postuler, le nombre de places, le calendrier à suivre, la description des éventuels parcours-types.

Les dates de la campagne de candidature seront communiquées sur le site de la Faculté. Les dossiers de candidatures sont dématérialisés ; ils sont à déposer en ligne sur le site de l'Université (www.univ-reims.fr) via l'application informatique « e-candidat » accessible à partir du site trouvermonmaster.gouv.fr.

INFORMATIONS PRATIQUES

Coordonnées de la Faculté :

Faculté des sciences économiques, sociales et de gestion
57, rue Pierre Taittinger, 51571 Reims Cedex
info.sesg@univ-reims.fr - www.univ-reims.fr/ufrsesg/



Coordonnées du secrétariat :

Faculté des sciences économiques, sociales et de gestion
57, rue Pierre Taittinger, 51571 Reims Cedex
sesg.master-mvreims@univ-reims.fr - 03.26.91.86.78

Pour tout renseignement concernant la formation continue :

Yanna Abati - Bureau 3115 - formation.continue-sesg@univ-reims.fr
Faculté des Sciences Economiques, Sociales et de Gestion
Service de la formation continue - 03.26.91.89.35

PROGRAMME DES ÉTUDES

À l'université, l'enseignement est organisé non pas en années mais en semestres. Le programme des enseignements pour les deux années d'études de master se présente donc sous forme de 4 programmes semestriels (ce que l'on nomme la maquette du diplôme).

De même les matières portent le nom d'éléments constitutifs (E.C.) et les coefficients sont nommés E.C.T.S.

semestre 1

Eléments constitutifs	ECTS	volume horaire	
		CM	TD
Stratégie d'entreprise	2	10	10
Stratégie marketing	2	10	10
Approches économiques des organisations	2	12	
Etudes de marché et production de l'information	2	10	10
Analyses de données quantitatives	2	10	10
Analyse qualitatives	2	10	10
Communication professionnelle en anglais 1	2		20
Informatique appliquée au marketing 1	2		20
Outils de gestion appliqués en marketing	2	10	10
Méthodologie de recherche de stage	2		10
Initiation à la recherche en marketing	2	10	10
Techniques de vente	2	10	10
Découverte des métiers	3		20
Management de projet	3	15	
		107	150

semestre 2

Eléments constitutifs	ECTS	volume horaire	
		CM	TD
Marketing des services	2	10	6
Marketing du luxe	2	10	6
Marketing digital	2	10	10
Branding management	2	10	10
Distribution	2	10	10
Communication	2	10	10
Communication professionnelle en anglais 2	2		20
Informatique appliquée au marketing 2	2		20
Négociation commerciale	2	10	10
Sociologie de la consommation	2	10	10
Comportement du consommateur	2	10	10
Marketing international et géopolitique	2	10	10
Méthodologie du stage ; stage (2 mois)	6		10
		100	142

semestre 3

Eléments constitutifs	ECTS	volume horaire	
		CM	TD
Culture générale et histoire de l'art	3	15	
Histoire et sociologie du goût et du luxe	3	12	
Comportement du consommateur	3	12	6
Marketing appliqué au luxe	3	12	6
Massification des marchés du goût et du luxe	3	15	
Analyse économique des biens du goût et du luxe	3	15	
Découverte du monde du luxe	3	12	
Digital marketing and innovation	3	15	6
English for taste and luxury	3	12	6
Business communication	3	12	6
		132	30

semestre 4

Eléments constitutifs	ECTS	volume horaire	
		CM	TD
Méthodes qualitatives appliquées au luxe et sémiologie	3	15	6
Etudes de marché et analyses quantitatives	3	15	6
Distribution strategies	2	15	6
Pricing strategies	2	12	6
Communication des produits de luxe	2	15	6
Projet collectif	3	12	6
Marketing sectoriel	3	12	
Droit de la propriété intellectuelle	3	12	
Outils de gestion appliqués	3	12	6
Mémoire professionnel	3		10
Méthodologie du stage ; stage (4 à 6 mois)	3		10
		120	62