

Université de Reims Champagne-Ardenne

Faculté des Sciences Economiques, Sociales et de Gestion

MASTER MARKETING, VENTE COMMUNICATION

Présentation

La mention de Master « Marketing, vente » parcours type « Communication » est une formation en deux ans qui permet à des étudiants titulaires d'une Licence d'acquérir progressivement une spécialisation en communication.

La première année de master commune à tous les parcours type de la mention « Marketing, vente » permet d'acquérir les connaissances fondamentales du marketing tout en renforçant les savoirs sur le management. Le programme et les contenus permettent à tous les étudiants quel que soit leur parcours initial d'acquérir l'intégralité des compétences marketing.

La seconde année du master spécialise les étudiants selon le parcours type choisi et des UE spécifiques au secteur d'activités sont enseignées (médiaplanning, communication avancée, histoire de l'art et du design). Les modules du 4^{ème} semestre sont tournés vers l'entreprise et mettent les étudiants dans des situations concrètes et opérationnelles. Ils sont amenés à travailler sur des cas réels d'entreprise ce qui leur permet de développer à la fois des connaissances professionnelles et de se construire un réseau utile pour la recherche de leur stage et de leur orientation professionnelle.

Compétences acquises à l'issue de la formation :

Les étudiants de la mention de Master « Marketing, vente » parcours type «Communication» vont acquérir à la fois des compétences théoriques et pratiques :

- Analyser les discours de marques et les choix stratégiques, les comportements des consommateurs ;
- Identifier les tendances, les innovations du marché et les concepts afin d'anticiper et d'ajuster l'offre à la demande ;
- Connaître le marché de la communication et être capable d'utiliser les outils d'analyse adaptés ;
- Savoir élaborer un budget et mettre en place une stratégie marketing et de communication ;
- Proposer des plans d'actions ;
- Proposer un plan média ;
- Optimiser un budget ;
- Négocier un contrat d'achat de service ou d'espaces avec les acteurs du marché Manager et travailler en équipe.

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 professionnelle des étudiants. Un projet collectif peut également être réalisé dans le cadre de certains modules au S4, débouchant sur l'organisation d'une manifestation scientifique.

Prérequis

Prérequis obligatoires :

Les étudiants doivent avoir acquis des connaissances multiples et générales en économie, en gestion, en droit et si possible en marketing fondamental. Un niveau en anglais B2 est obligatoire ainsi que le C2i1. Des capacités d'analyse mais aussi de rédaction sont nécessaires pour intégrer ce master.

Prérequis recommandés :

Des connaissances en management et en particulier sur les stratégies d'entreprises sont fortement recommandées ainsi que sur les problèmes économiques contemporains. Des expériences professionnelles dans le domaine de la communication sont également appréciées.

Et après...

Poursuites d'études envisageables : Doctorat Sciences de Gestion.

Débouchés : Planneur stratégique : M1702 ; Directeur stratégique : M1702 ; Responsable Marketing : M1705 ; Chef de produit : M1703 ; Chargé d'études en marketing : M1403 ; chef de marque : M1705 ; responsable communication : M1705 ;

→ Retrouvez toutes les informations sur les anciens diplômés (carrières, métiers, salaires, opinions sur la formation) sur le site de la faculté.

Informations pratiques

Les enseignements se tiennent à Reims sur le campus Croix-rouge.

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

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

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

Renseignements et candidature

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 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.

Programme des études

Semestres 1 et 2

Stratégie d'entreprise	Marketing des services
Stratégie marketing	Marketing du luxe
Approches économiques des organisations	Marketing digital
Etudes de marché et production de l'information	Branding management
Analyses de données quantitatives	Distribution
Analyse qualitatives	Communication
Communication professionnelle en anglais 1	Communication professionnelle en anglais 2
Informatique appliquée au marketing 1	Informatique appliquée au marketing 2
Outils de gestion appliqués en marketing	Négociation commerciale
Méthodologie de recherche de stage	Sociologie de la consommation
Initiation à la recherche en marketing	Comportement du consommateur
Techniques de vente	Marketing international et géopolitique
Découverte des métiers	Méthodologie du stage ; stage (2 mois)
Management de projet	

Semestres 3 et 4

Sociologie de la consommation et des usages	Marketing international
Méthodes d'études et de recherche avancées	Marketing stratégique
Consommation et résistances	Marketing alternatif
Consommation et marges	Stratégies de communication
Marketing éthique et éthique du marketing	Marketing digital et réseaux sociaux
Communication publique et politique	Infographie
Droit du consommateur	Histoire de l'art et du design
Gestion de projet / Projet de groupe	Planning stratégique et création de valeur
Recherches appliquées en marketing	Business communication
Comportement du consommateur	Communication avancée
Communication des organisations à but non lucratif	Médiaplanning et études médias
Méthodologie du stage ; stage (4 à 6 mois)	Mémoire professionnel

Pour plus d'informations, scannez ce code :

