

MASTER MARKETING & GESTION COMMERCIALE



SCHOOL
OF
MANAGEMENT



ÉCOLE UNIVERSITAIRE DE MANAGEMENT





OBJECTIFS DE LA FORMATION

La spécialité « Marketing et Gestion Commerciale » est une formation généraliste préparant aux différents métiers du marketing (voir section « Débouchés »). Elle propose également un parcours recherche pour les étudiants souhaitant s'orienter vers une carrière d'enseignant-chercheur.

Master 1



La première année (M1) peut se faire en formation initiale ou en alternance par le biais d'un contrat de professionnalisation. Elle propose une formation aux fondements du marketing et aux méthodes de gestion qu'un cadre supérieur doit nécessairement maîtriser.

Master 2



La seconde année (M2) se fait obligatoirement en alternance par le biais d'un contrat de professionnalisation, permettant ainsi à l'étudiant d'intégrer pleinement le monde professionnel et de bénéficier d'une véritable association de la théorie et de la pratique. Le M2 accorde une place particulière à la dimension internationale et à la communication - y compris la communication digitale - dimensions devenues aujourd'hui incontournables.



L'accent mis sur la dimension internationale conduit à une augmentation des cours enseignés en anglais, notamment en M2. Par ailleurs, les étudiants de M1 inscrits en formation initiale ont la possibilité de réaliser leur stage ou une partie de la formation à l'étranger grâce à de nombreux partenariats. Il est également possible d'effectuer la totalité du M2 à l'étranger dans le cadre du programme ERASMUS ou BCI (ex-CREPUQ).



La formation entretient des liens étroits avec l'environnement socio-économique. Ceci se traduit aussi bien par la réception d'offres de contrats de professionnalisation que par des visites d'entreprises ou des cours réalisés en interaction directe avec des organisations publiques ou privées sur des problématiques rencontrées dans leur domaine d'activité. L'association du diplôme, « Market'us », participe également à faire vivre les liens entre les étudiants et les anciens diplômés.



La spécialité « Marketing et Gestion Commerciale » est également accessible en formation continue pour les salariés ou demandeurs d'emploi pouvant faire valoir un certain nombre d'acquis professionnels en rapport avec la formation.



DÉBOUCHÉS

Les diplômés occupent des responsabilités variées dans différents secteurs : **industrie, grande distribution, communication, banque, assurance, ...**

- Chargé de marketing • Chef de projets marketing digital
- Chargé de communication • Chef de groupe • Chargé de clientèle
- Responsable commercial régional
- Responsable distribution digitale et gestion base de données
- Responsable de secteur • Chef de publicité • Community manager



CONDITIONS D'ADMISSION

Le recrutement se fait sur dossier puis sur entretien pour les candidats admissibles. En master 2, l'admission définitive est conditionnée par la signature d'un contrat de professionnalisation avec une entreprise.

Master 1

FORMATION INITIALE FORMATION EN ALTERNANCE FORMATION CONTINUE

Le master 1 est ouvert à tous les étudiants titulaires d'une Licence y compris de disciplines qui peuvent paraître éloignées des sciences de gestion (sciences humaines, lettres, sciences de la vie et de la terre, sciences de l'ingénieur...)

Master 2

FORMATION EN ALTERNANCE FORMATION CONTINUE

Le master 2 est ouvert aux titulaires ou futurs titulaires d'un diplôme équivalent à au moins quatre années d'études supérieures (240 ECTS) et ayant de solides bases en marketing.

Calendrier



1^{ère} session

Dépôt dossier candidature
entre le 15 mars
et le 31 mai

Admissibilité

14 juin au plus tard

Entretiens

Master 2 : 25 juin

Master 1 : 26/27 juin

2^{ème} session

Pas de 2^{ème} session
en M1 & en M2

Admission

1 juillet au plus tard



ORGANISATION PÉDAGOGIQUE



Organisation de la formation

La formation est organisée sur le rythme de l'alternance. Hormis quelques semaines dans l'année, les journées de formation ont lieu les lundis et mardis, de septembre à avril.
Les étudiants de M1 inscrits en formation initiale devront réaliser obligatoirement un stage long d'au moins 16 semaines.



Programme des cours



Master 1

Master 2

| Semestre 7 | ECTS | CM | TD |
|---|-------------|-------------|-----|
| UE 701 Comprendre les actions individuelles et collectives | 6 | | |
| Approfondissement du comportement du consommateur | | 20h | 5h |
| Organizational theory | | 20h | 5h |
| UE 702 Etudier et anticiper le marché | 6 | | |
| Etudes de marché | | 20h | 5h |
| Prévision des ventes | | 20h | 5h |
| UE 703 Gérer les interactions | 6 | | |
| Management de la force de vente | | 20h | 5h |
| B2B marketing and purchasing | | 20h | 5h |
| UE 704 Analyse des données | 6 | | |
| Traitement de données qualitatives | | 20h | 5h |
| Analyses de données quantitatives | | 20h | 5h |
| UE 705 Recherche appliquée | 6 | 20h | 10h |
| Gestion de projets | | 20h | 10h |
| Anglais | | | 24h |
| Semestre 8 | ECTS | CM | TD |
| UE 801 Maitriser les outils marketing | 6 | | |
| Strategic marketing | | 20h | 5h |
| Marketing opérationnel | | 20h | 5h |
| UE 802 Appréhender les interactions marketing et gestion | 6 | | |
| Marketing et finance | | 20h | 5h |
| Marketing et systèmes d'informations | | 20h | 5h |
| UE 803 Approches alternatives du marketing | 6 | | |
| Simulation et décisions marketing | | 20h | 5h |
| Marketing social | | 20h | 5h |
| UE 804 Appliquer des outils transversaux | 6 | | |
| Communication d'entreprise et infographie | | 20h | 5h |
| Méthodologie de la recherche | | 20h | 5h |
| UE 805 Accompagnement d'ateliers pro | 6 | | |
| Stage/mémoire | | | |
| Anglais | | | 24h |
| Total heures année | 340h | 130h | |
| Total heures étudiant | | 478h | |

| Semestre 9 | ECTS | CM | TD |
|---|------|-------------|-------------|
| UE 901 Initiation à la recherche | 6 | | |
| Conduite d'un projet de recherche | | 20h | |
| Pratiques professionnelles | | 20h | |
| UE 902 International market analysis | 6 | | |
| International environment | | 12h | 3h |
| International market research | | 12h | 3h |
| International negotiation | | 12h | 3h |
| UE 903 International marketing plan | 6 | | |
| International marketing strategy | | 16h | 4h |
| Planning, budgeting and controlling the international marketing mix | | 16h | 4h |
| UE 904 Integrated marketing communication | 6 | | |
| Below the line communication | | 12h | 3h |
| Communication média | | 12h | 3h |
| Evaluating communication performance | | 12h | 3h |
| UE 905 Communication digitale et mobile | 6 | | |
| Communication digitale | | 16h | 4h |
| Marketing mobile | | 16h | 4h |
| Semestre 10 | ECTS | CM | TD |
| UE 1006 Stratégie de distribution | 6 | | |
| Gestion des canaux de distribution | | 16h | 4h |
| Trade marketing | | 16h | 4h |
| UE 1007 Marketing relationnel et sensoriel | 6 | | |
| Marketing sensoriel et expérientiel | | 16h | 4h |
| Marketing relationnel | | 16h | 4h |
| UE 1008 Marketing innovant et responsable | 6 | | |
| Innovation marketing | | 16h | 4h |
| Marketing durable | | 16h | 4h |
| UE 1009 Conduite de projets | 12 | | |
| Projet de fin d'études | | | 30h |
| Mémoire | | 10h | 20h |
| Total heures année | | 282h | 108h |
| Total heures étudiant | | 390h | |

Cours dispensé en anglais



RENSEIGNEMENTS PRATIQUES

Tarifs €



Frais d'inscription universitaire



- 6000 € pour les contrats financés par des entreprises, des organismes
- 3000 € pour les contrats financés directement par les auditeurs
+ Frais d'inscription universitaire

Contacts

Gestionnaire de scolarité

Master 1 : iae-nancy-scolaritem1mktg-contact@univ-lorraine.fr
Master 2 : iae-nancy-scolaritem2mktg-contact@univ-lorraine.fr
03 72 74 16 49

Responsables pédagogiques MENTION MARKETING & VENTE : BJÖRN WALLISER

MASTER 1

GÉRALDINE THEVENOT
geraldine.thevenot@univ-lorraine.fr

MASTER 2 PARCOURS PRO

JEAN-PHILIPPE NAU
jean-philippe.nau@univ-lorraine.fr



Service Formation Continue

Responsable

ÉVELYNE BARTH
evelyne.barth@univ-lorraine.fr
03 72 74 16 43



Service Relations Entreprises & Organisations Insertion Professionnelle

Responsable

ANNE-SOPHIE PETITJEAN
anne-sophie.petitjean@univ-lorraine.fr

Dépôt des offres sur



iae-nancy.jobteaser.com/fr/recruiter_account/job-offers

Contact : AURÉLIE LINDEKENS

aurelie.lindekens@univ-lorraine.fr
03 72 74 16 93

iae-nancy.univ-lorraine.fr

IAE NANCY
Campus MANUFACTURE
13 rue Michel Ney
BP 90862
54011 Nancy Cedex
03 72 74 16 40



IAE NANCY
Campus ARTEM
90 rue du Sergent Blandan
BP 70618
54010 Nancy Cedex
03 72 74 17 30