

DROIT, ÉCONOMIE, GESTION

Master | Marketing, vente

- › Composante : IAE Angers
- › Niveau d'étude : BAC +5 / master
- › Durée : 2 ans
- › Ouvert en alternance : Oui
- › Formation accessible en : Formation initiale, Formation en alternance, Formation professionnelle
- › Formation à distance : Non
- › Lieu d'enseignement : Angers
- › Campus : Campus St Serge

Parcours proposés

- › M2 | Parcours Pricing revenue management
- › M2 | Parcours Chef de produit responsable
- › M2 | Parcours Marketing digital

Présentation

Le Master Marketing vente propose une année commune en master 1 (formation initiale) et 3 possibilités de parcours en Master 2 :

- [Parcours Marketing digital](#) (en alternance)
- [Parcours Pricing et revenue management](#) (en formation initiale)
- [Parcours Chef de produit responsable](#) (en alternance)

Cette mention de formation correspond au [référentiel France compétences en Marketing vente](#) (RNCP35907).

Pour l'année universitaire 2023-2024, le taux de réussite de cette formation est de 97.70%.

Objectifs

Le Master mention Marketing, Vente (MV) recrute des étudiants titulaires d'une licence Économie et/ou Gestion, pour les préparer à occuper des fonctions de spécialistes dans le domaine du Pricing et du Revenue Management ou du Marketing Digital.

Ce programme se compose :

- d'une première année (M1) permettant d'acquérir les fondamentaux de la Gestion, de la Relation Client et du Marketing digital ;
- d'une deuxième année (M2) en parcours de spécialisation dans le domaine du Pricing et du Revenue Management, du Marketing digital ou de la fonction Chef de Produit Responsable.

Une année optionnelle de césure est possible entre le M1 et le M2 afin de permettre à l'étudiant de réaliser un projet personnel, professionnel ou un engagement, en France ou à l'étranger.

À l'issue du M1, trois parcours sont proposés dans le cadre du M2 :

- Le parcours Pricing et Revenue Management (PRM) a pour objectif de former des cadres, à fort potentiel. Au carrefour du marketing et des mathématiques appliquées, le Revenue Management se trouve mobilisé dans de nombreux secteurs comme ceux de l'hôtellerie des transports et des loisirs, que ce soit en France ou à l'international ;
- Le parcours Marketing Digital (MD) a pour objectif de former des spécialistes de haut niveau capables de mobiliser les outils issus du digital (webmarketing, emailing, référencement naturel et payant, médias sociaux, web analytics...). Ainsi, les étudiants seront en mesure de collecter, exploiter et analyser les données collectées par l'entreprise pour concevoir et conduire des actions marketing personnalisées et interactives pour conquérir et fidéliser des clients.
- Le parcours Chef de Produit Responsable (CPR) a pour objectif de former des spécialistes ayant la capacité d'analyser les informations qualitatives et quantitatives relatives à un marché tout en maîtrisant les outils digitaux et en opérant selon une logique responsable. Les étudiants pourront dès lors suivre une démarche marketing durable (communication sociétale, marketing éthique, eco-conception) sur les plans stratégiques et opérationnels afin de proposer des plans d'action intégrant de nouvelles pratiques respectueuses des enjeux sociaux et environnementaux actuels.

Il est en charge de d'accompagner la transformation des produits et services pour les rendre plus vertueux tout en garantissant des objectifs de rentabilité et d'attractivité de l'offre.

Organisation

Ouvert en alternance

Type d'alternance : Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation.

Le M2 Marketing Digital et Chef de produit responsable sont les seuls ouverts en alternance

Admission

Conditions d'admission

[Vous êtes salarié, demandeur d'emploi...et souhaitez reprendre des études ? Contactez le Service Commun d'Alternance et de Formation Professionnelle \(SCAFOP\).](#)

En Master 1

1) Ce M1 n'est pas ouvert aux étudiants internationaux (pays CEF et non CEF), ni aux étudiants étrangers résidant en France et seulement titulaires de diplômes étrangers.

2) Étudiants titulaires d'une L3 Économie ou Gestion ; étudiants titulaires d'un diplôme reconnu de niveau Bac+3 obtenu dans l'Enseignement Supérieur français :

Candidatez via la plateforme monmaster.gouv.fr du **25 février jusqu'au 24 mars**

Nota : Score IAE-Message obligatoire

Modalités d'inscription

Le Master 1 Marketing, Vente est accessible :

- sur dossier de candidature (avec le Score IAE-Message) et entretien pour les étudiants titulaires d'un diplôme de Licence 3 Économie et/ou Gestion.

Les étudiants titulaires d'un autre diplôme reconnu de niveau Bac+3 et obtenu dans l'Enseignement Supérieur français peuvent également candidater sous les mêmes conditions, mais doivent déposer en même temps un dossier de demande de validation d'études.

Les différents parcours de Master 2 (Pricing Revenue Management, Marketing Digital, Chef de Produit Responsable) de la mention Marketing, Vente sont accessibles :

- sur dossier de candidature (avec le Score IAE-Message) et entretien : pour les étudiants de l'UA ayant obtenu un M1 dans une autre mention que Marketing, Vente ; pour les étudiants ayant obtenu un M1 auprès d'une autre université française ; ou encore pour les étudiants titulaires de tout autre diplôme français reconnu de niveau Bac+4 (demande de validation d'études à compléter).

Et après

Poursuite d'études

Poursuite possible par un Doctorat en Sciences de Gestion.

Insertion professionnelle

Les débouchés professionnels du Master sont nombreux et variés :

- Les étudiants diplômés du parcours Pricing et Revenue Management pourront occuper les fonctions de Revenue Manager dans les secteurs de l'hôtellerie, du transport, des télécommunications, des loisirs et du tourisme. Les étudiants pourront ensuite évoluer vers les fonctions de directeur du Yield Management, directeur commercial et marketing ;
- Le parcours Marketing Digital offre la possibilité d'occuper différentes fonctions au sein d'entreprises du secteur numérique mais également au sein d'entreprises s'ouvrant aux métiers de l'internet : responsable web-marketing, chargé de référencement (SEO/SEM), community manager, traffic manager, responsable E-commerce, etc. Les étudiants peuvent également occuper des fonctions plus généralistes du marketing ;

Le parcours Chef de Produit Responsable permet de s'orienter vers les fonctions d'analyste marketing transverse, de chef de marque responsable, de conseil en marketing responsable, de directeur de marque responsable, chef de produit développement durable, responsable innovation durable, des chargés de communication en développement durable.

- Les trois parcours du master peuvent être poursuivis par un Doctorat dans le domaine des Sciences de Gestion. Les taux d'insertion professionnelle, 30 mois après obtention du Master, sont de 83,3% pour le parcours PRM et de 100% pour le parcours MD selon l'enquête ministérielle 2019 sur l'insertion professionnelle des diplômés.

Infos pratiques

Contacts

Corresponsable M1 MV

✉ gaelle.pantin-sohier@univ-angers.fr

Corresponsable M1 MV

✉ lionel.auban@univ-angers.fr

Scolarité IAE

✉ scolarite.iae@contact.univ-angers.fr

Lieu(x)

📍 Angers

Campus

🏠 Campus St Serge

Programme

Organisation

Master 1 : Marketing, Vente

Le programme de Master 1 mention Marketing Vente est constitué d'une période de cours de septembre à avril (comprenant 240 heures de cours et 198 heures de TD) suivie d'une période de stage de 8 semaines minimum. Cette première année est également marquée par deux différents temps forts :

- un projet personnel portant sur l'installation et la gestion d'un site internet sous Wordpress ;
- un séminaire consacré aux méthodes de créativité : design thinking, méthode des personas, etc.

Dans le cadre du Master 1, les unités d'enseignement proposées sont les suivantes :

Au 1^{er} semestre :

- Pratiques du Management : Gestion de Projet, Méthodologie de Recherche, Entrepreneuriat, Management de l'innovation ;
- Outils du Management : Informatique, Marketing automatisé, Business English ;
- Marketing : Marketing social, Marketing des services, Communication 360°, Créativité ;
- Digital : Marketing digital, Search marketing, Médias sociaux.

Au 2nd semestre :

- Méthodes de Management : Anglais (préparation aux tests de certification), Marque employeur, Informatique (Wordpress) ;
- Méthodes de recherche : Méthodes qualitatives, Méthodes quantitatives,
- Développement personnel et professionnel : stage ;
- Spécialité Marketing : Comportement du consommateur, Introduction au revenue management, CRM ;
- Développement personnel et professionnel : stage ;

[📄 Télécharger le calendrier du MIMV](#)

[📄 Télécharger la maquette du Master 1 Marketing vente](#)

Master 2 :

En Master 2, l'étudiant fait le choix d'un parcours parmi les trois proposés avec des enseignements dédiés :

- Le parcours Pricing et Revenue Management (PRM) propose une spécialisation aux métiers du Pricing et du Revenue Management au travers de différents enseignements (Marketing des services, Modèle et pratique du pricing, Aspects juridiques du revenue management, Techniques de prévisions en revenue management, Excel approfondi, Techniques d'optimisation, Modèles du revenue management, Data analytics et Big Data, Organisation du revenue management...). De nombreux enseignements sont proposés en langue anglaise. Ce programme est réalisé en partenariat avec l'ESSCA.
- Le parcours Marketing Digital (MD) propose un approfondissement des connaissances en marketing digital au travers de différents enseignements (Initiation à la programmation, Analyses de données Marketing, Web-analytics, Conduite du changement, Marketing expérientiel, Stratégies Crosscanal et commerce phygital, Marketing mobile et Internet des objets, E-marketing, Stratégie de marque et Storytelling, Stratégie de communication digitale...).
- Le parcours Chef de Produit Responsable (CPR) offre une spécialisation aux métiers dédiés au management des produits et services (de leur création à leur commercialisation) tout en prenant en considération leur impact sociétal et environnemental. Cette formation intègre dès lors de nombreux enseignements d'approfondissement en marketing (management de la marque et storytelling, management de l'expérience client), des cours dédiés à la notion de responsabilité (RSE et développement durable, marketing éthique, nouvelles tendances de consommation) mais aussi un apprentissage incluant la digitalisation de l'offre (stratégie phygitale, UX design) et une approche via les techniques de créativité (design thinking et design fiction).

Stage / Alternance

Chaque parcours comporte un projet professionnel réalisé en partenariat avec une entreprise.

Un stage de 5 à 6 mois est à réaliser sur le parcours Pricing et Revenue Management.

Les parcours Chef de produit responsable et Marketing Digital sont ouverts exclusivement en alternance.

L'équipe pédagogique de la mention Marketing, Vente est constituée :

- majoritairement d'enseignants-chercheurs en Sciences de Gestion;
- de professeurs invités étrangers et de professionnels pratiquant au quotidien les sujets sur lesquels ils interviennent.

M1 | Marketing, vente

Semestre 1

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UEI-1 : Pratiques de management	UE	48h	12h		8 crédits
Gestion de projet	Matière	12h	4h		2 crédits
Méthodologie de recherche	Matière	12h	4h		2 crédits
Entrepreneuriat	Matière	12h	4h		2 crédits
Management de l'innovation	Matière	12h			2 crédits
UEI-2 : Méthodes et outils de management	UE	4h	52h		3 crédits
Informatique : Tableaux de bord, reporting, Excel	Matière		20h		1 crédits
Lancement de projet wordpress	Matière	4h			

Marketing Automatisé / Smart Marketing	Matière	16h		1 crédits
Business English	Matière	16h		1 crédits
UE1-3 : Marketing	UE			11 crédits
Marketing social	Matière	16h	4h	3 crédits
Marketing des services	Matière	16h	4h	3 crédits
Communication 360°	Matière	16h	10h	3 crédits
Créativité / Creativity workshop	Matière		16h	1 crédits
TD UE 1-3	Matière			1 crédits
UE1-4 : Marketing digital	UE			8 crédits
Marketing digital	Matière	20h		4 crédits
Médias sociaux	Matière	8h	4h	4 crédits
Search Marketing	Matière	8h	10h	2 crédits
TD UE 1-4	Matière			1 crédits
Marketing Digital	Matière		16h	0 crédits
Search Marketing	Matière		10h	0 crédits
Médias sociaux	Matière		4h	0 crédits

Semestre 2

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE2-1 : Méthodes et outils du management	UE	24h	28h		7 crédits
Anglais : Préparation aux tests de certification	Matière	12h			2 crédits
Marque employeur	Matière	12h			2 crédits
Informatique : wordpress	Matière		16h		1 crédits
Applications	Bloc				
Applications Gestion de Projet	Matière		12h		2 crédits
Applications Méthodologie de Recherche	Matière		12h		2 crédits
Applications Entrepreneuriat	Matière		12h		2 crédits
UE2-2 : Méthodes de recherche	UE	24h			7 crédits
Méthodes quantitatives	Matière	12h	16h		2 crédits
Méthodes qualitatives	Matière	12h	16h		2 crédits
Business English	Matière		16h		2 crédits
TD UE 2-2	Matière				1 crédits
Méthodes quantitatives	Matière		16h		
Méthodes qualitatives	Matière		16h		0 crédits
Business english	Matière		16h		
UE2-3 : Marketing	UE				9 crédits
Comportement du consommateur	Matière	20h			3 crédits
Introduction au revenue management	Matière	12h			3 crédits
CRM	Matière	20h			3 crédits
UE2-4 : Développement personnel et professionnel	UE				7 crédits
Contrat pro, activité professionnelle, stage, mémoire	Matière				5 crédits
Entrainement Score Voltaire	Matière				1 crédits
Engagement étudiant	Matière				1 crédits

M2 | Parcours Pricing revenue management

M2 | Parcours Pricing revenue management

Semestre 3

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE3-1 : Revenue Management : compétences fondamentales	UE				13 crédits
Anglais	Matière		20h		3 crédits
Aspects juridiques du revenue management	Matière	12h			3 crédits
Techniques de prévisions en revenue management	Matière	12h	12h		3 crédits
Excel approfondi	Matière		24h		3 crédits
Conférences professeurs invités	Matière	20h			1 crédits
Conférences professionnels	Matière	16h			
UE3-2 : Fondements du pricing et du RM	UE				17 crédits
Introduction au revenue management	Matière	12h			2 crédits
Techniques d'optimisation en revenue management	Matière	20h			3 crédits
Modèles de revenue management	Matière	20h			3 crédits
Politique de tarification : fondements	Matière	16h			3 crédits
Modèle et pratique du pricing	Matière	24h			4 crédits
E-distribution et digital dans les services	Matière	16h			2 crédits

Semestre 4

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE4-1 : Systèmes et outils	UE				15 crédits
Système de revenue management et de pricing	Matière	24h			4 crédits
Organisation du revenue management	Matière	24h			4 crédits
DATA Analytics & Big DATA	Matière	15h			5 crédits
Simulations et jeux	Matière		16h		2 crédits
UE4-2 : Développement personnel et professionnel	UE				15 crédits
Conception et mise en œuvre d'un projet	Matière	8h	4h		5 crédits
Stage	Matière				5 crédits
Mémoire	Matière				5 crédits
Conduire un projet de recherche en PRM	Matière	20h			

M2 | Parcours Chef de produit responsable

M2 | Parcours Chef de produit responsable

Semestre 3

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
--	--------	----	----	----	---------

UE3-1 : Maîtriser les outils décisionnels	UE			9 crédits
Analyse de données marketing	Matière	12h	12h	2 crédits
Gestion de projet	Matière	8h	12h	3 crédits
Conduite du changement	Matière	12h		1 crédits
Mener un projet d'étude marketing	Matière	12h		3 crédits
UE1-2 : Comprendre les enjeux sociétaux du marketing	UE			14 crédits
Communication sociétale et environnementale	Matière	16h		4 crédits
Analyse sensorielle du produit / ACV	Matière	16h		4 crédits
Innovation produit responsable / Écoconception	Matière	16h		4 crédits
RSE et développement durable	Matière	12h		2 crédits
UE1-3 : Concevoir et développer une marque responsable	UE			7 crédits
Design thinking et design fiction	Matière	12h		2 crédits
Business English	Matière	20h		2 crédits
Management de marque et storytelling	Matière	16h		3 crédits

Semestre 4

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE2-1 : Comprendre les nouvelles tendances de consommation	UE				10 crédits
Nouvelles tendances de consommation	Matière	16h			3 crédits
Marketing éthique	Matière	12h			2 crédits
Marketing participatif	Matière	12h			2 crédits
Management de l'expérience client	Matière				3 crédits
UE2-2 : Digitaliser son offre produit	UE				5 crédits
Transformation digitale des organisations	Matière	12h			1 crédits
UX Design	Matière	16h			2 crédits
Stratégie phytigitale	Matière	16h			3 crédits
UE2-3 : Développement personnel et professionnel	UE				15 crédits
Développement personnel et insertion / SUIOP	Matière	12h			1 crédits
Méthodologie du mémoire	Matière	8h			
Personal branding	Matière	4h			1 crédits
Projet universitaire	Matière		6h		3 crédits
Engagement étudiant	Matière		1h		1 crédits
Préparation à la Certification Voltaire	Matière		3h		1 crédits
Design sprint	Matière		12h		1 crédits
mémoire	Matière		2h		7 crédits
Suivi contrat d'alternance	Matière				
Learning expedition	Matière		40h		
Préparation et restitution Learning Expedition	Matière				
Rentrée solennelle et rentrée Alternance	Matière	6h			
Conférences professionnelles	Matière	20h			

M2 | Parcours Marketing digital

M2 | Parcours Marketing digital

Semestre 3

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE3-1 Fondamentaux techniques	UE				11 crédits
Programmation : Python	Matière		20h		2 crédits
Datavisualisation	Matière	4h	12h		2 crédits
Webanalytics	Matière	12h			3 crédits
Analyse de données marketing	Matière	12h	12h		2 crédits
Référencement naturel avancé	Matière	16h			2 crédits
UE3-2 Gestion de projets	UE				7 crédits
Gestion de projet	Matière	8h	12h		3 crédits
Conduite du changement	Matière	12h			1 crédits
Mener un projet d'étude marketing	Matière	12h			3 crédits
UE3-3 Stratégies de marque et communication digitale	UE				12 crédits
Management de marque et storytelling	Matière	16h			3 crédits
Suite Adobe	Matière		20h		3 crédits
Anglais	Matière		20h		3 crédits

Semestre 4

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE4-1 Design et management d'expérience	Matière				6 crédits
Management de l'expérience client	Matière				3 crédits
Desing sprint	Matière	6h	31h		1 crédits
UX Design	Matière	16h			2 crédits
UE4-2 Stratégies multicanales	Matière				10 crédits
Stratégie phygital	Matière	16h			3 crédits
Marketing direct et emailing	Matière	16h			2 crédits
Techniques d'acquisition en ligne	Matière	16h			2 crédits
Droit du marketing digital	Matière	16h			3 crédits
UE4-3 Marketing digital et développement durable	Matière				6 crédits
Engagement étudiant	Matière				1 crédits
Transisiton écologique et numérique responsable	Matière				1 crédits
Regroupements et mobilité (learning expedition)	Matière		35h		1 crédits
IA et marketing digital	Matière	16h			3 crédits
UE4-4 Professionnalisation	UE				8 crédits
Alternance	Matière				7 crédits
Conférences professionnelles	Matière	20h			
Préparation et restitution learning expedition	Matière				
Préparation à la certification Voltaire	Matière				1 crédits
Rentrée solennelle IAE et rentrée Alternance	Matière				