DROIT, ECONOMIE, 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 initale)

- 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



Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 28 avril 2025

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



Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 28 avril 2025

***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 İAE-Message obligatoire

## Modalités d'inscription

Le Master 1 Marketing, Vente est accessible :

- sur dossier de candidature (avec le Score İAE-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 İAE-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.



İnformations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 28 avril 2025

## 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 les 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

### Coresponsable M1 MV

gaelle.pantin-sohier@univ-angers.fr

### Coresponsable M1 MV

lionel.auban@univ-angers.fr

### Scolarité IAE

scolarite.iae@contact.univ-angers.fr

## Lieu(x)

Angers

## Campus

Campus St Serge



Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 28 avril 2025

# 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 1er semestre :

— Pratiques du Management : Gestion de Projet, Méthodologie de Recherche, Entrepreneuriat, Mangement de l'innovation ;

— Outils du Management : İnformatique, 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, İnformatique (Wordpress) ;

— Méthodes de recherche : Méthodes qualitatives, Méthodes quantitatives,

— Développement personnel et professionnel : stage ;

— Spécialité Marketing : Comportement du consommateur, İntroduction au revenue management, CRM ;

— Développement personnel et professionnel : stage ;

Télécharger le calendrier du M1MV

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 :



İnformations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 28 avril 2025

- 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 (İnitiation à la programmation, Analyses de données Marketing, Web-analytics, Conduite du changement, Marketing expérientiel, Stratégies Crosscanal et commerce phygital, Marketing mobile et İnternet 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 |
|---|---|---|---|---|---|
| UE1-1 : 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 |
| UE1-2 : Méthodes et outils de management | UE | 4h | 52h | | 3 crédits |
| İnformatique : Tableaux de bord, reporting, Excel | Matière | | 20h | | 1 crédits |
| Lancement de projet wordpress | Matière | 4h | | | |



İnformations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 28 avril 2025

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 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 | 16h | 3 crédits |
| Search marketing | Matière | 16h | 4h | 3 crédits |
| Médias sociaux | Matière | 8h | 4h | 1 crédits |
| TD UE 1-4 | Matière | | | 1 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 |
| İnformatique : 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 |
| UE2-3 : Marketing | UE | | | | 9 crédits |
| Comportement du consommateur | Matière | 20h | | | 3 crédits |
| İntroduction 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



İnformations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 28 avril 2025

## 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 |
| İntroduction 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 | 16h | | | 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 : Maitriser les outils décisionnels | UE | | | | 9 crédits |
| Analyse de données Marketing | Matière | 12h | 12h | | 2 crédits |
| Gestion de projet | Matière | 12h | 8h | | 3 crédits |
| Conduite du changement | Matière | 12h | | | 1 crédits |



İnformations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 28 avril 2025

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Mener un projet d'étude | 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 |
| İnnovation 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 |
| Management de la marque et storytelling | Matière | 16h | | | 3 crédits |
| Design thinking et design fiction | Matière | 12h | | | 2 crédits |
| Business English | Matière | 20h | | | 2 crédits |

### Semestre 4

| | Nature | CM | TD | TP | Crédits |
|---|---|---|---|---|---|
| UE2-1 : Comprendre les nouvelles tendances de consommation | UE | | | | 10 crédits |
| Management de l'expérience client | Matière | 16h | 8h | | 3 crédits |
| Nouvelles tendances de consommation | Matière | 16h | | | 3 crédits |
| Marketing éthique | Matière | 12h | | | 2 crédits |
| Marketing participatif | Matière | 12h | | | 2 crédits |
| UE2-2 : Digitaliser son offre produit | UE | | | | 5 crédits |
| Stratégie phygitale | Matière | 16h | | | 3 crédits |
| UX Design | Matière | 16h | | | 1 crédits |
| Transformation digitale des organisations | Matière | 12h | | | 1 crédits |
| UE2-3 : Dévelopement personnel et professionnel | UE | | | | 15 crédits |
| Développement personnel et İnsertion / SUİOP | Matière | 12h | | | 1 crédits |
| Méthodologie du mémoire | Matière | 8h | | | |
| Personal branding | Matière | 4h | | | 1 crédits |
| Projet universitaire | Matière | | 6h | | 3 crédits |
| Conférences professionnelles | Matière | 10h | | | |
| 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 | | | |

# M2 | Parcours Marketing digital

## M2 | Parcours Marketing digital

### Semestre 3



İnformations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 28 avril 2025

| | Nature | CM | TD | TP | Crédits |
|---|---|---|---|---|---|
| UE3-1 Fondamentaux techniques | UE | | | | 11 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 |
| Strétgie phygitale | 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 |
| İA 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 İAE et rentrée Alternance | Matière | | | | |



İnformations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 28 avril 2025