



DROIT, ECONOMIE, GESTION (DEG)

Master Marketing, vente - Ancienne formation - M2



Composante
Institut
d'Administration
des Entreprises

Parcours proposés

- › Marketing stratégique et opérationnel (année 2024-2025)

Présentation

Formation avec accès santé : Non



Programme

Marketing stratégique et opérationnel (année 2024-2025)

Master 2

Semestre 3

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
UE1 Connaissance du consommateur et du shopper	UE						7
Comportement du consommateur : approches contemporaines	Matière		21h				4
Category management	Matière		21h				3
UE2 Méthodes et Outils	UE						7
Techniques d'études de marché	Matière		17,5h				3
Panels	Matière		21h				4
UE3 Stratégie et Politique marketing	UE						10
Marketing stratégique	Matière		10,5h	10,5h			4
Stratégie digitale	Matière		14h				3
Price Strategy*	Matière		10,5h				3
UE4 Communication et digital	UE						6
Communication (*) et Création publicitaire	Matière		24,5h				3
Communication digitale	Matière		21h				3
Travaux Pédagogiques Encadrés	Matière			30h			

Semestre 4

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
UE5 Commercialisation et distribution	UE						6
Négociation commerciale	Matière		10,5h				2
Marketing du point de vente et logistique	Matière		21h				2
Séminaire Ethno-marketing	Matière			38,5h			2
UE6 Marketing digital	UE						6
Marketing et développement durable	Matière		7h	3,5h			
E-commerce	Matière		14h				6
UE7 Action marketing	UE						6
Marketing in English *	Matière		28h				6
Acquisition digitale et consumer expérience	Matière		10,5h				
Gestion de projet	Matière		10,5h				
Travaux Pédagogiques Encadrés	Matière			36h			



UE8 Professionnalisation

- Grand oral
- Alternance (Rapport)
- Cycle de conférences
- Suivi du projet professionnel

UE		12
Matière	14h	4
Matière	18h	8
Matière	15h	
Matière	20h	