

MASTER MARKETING ET PRATIQUES COMMERCIALES EN APPRENTISSAGE

PROGRAMME M1-M2 2017/2019

Le Master Marketing et Pratiques Commerciales s'adresse aux étudiants qui souhaitent acquérir une connaissance approfondie du Marketing et Pratiques Commerciales dans différents secteurs d'activité (PGC, industrie, service, associations, luxe, BtoB). Une part importante des enseignements est dédiée à la pratique du marketing et des pratiques commerciales à l'ère digitale, avec un focus sur l'e-commerce et la connaissance des différents outils de la relation clients.

La première année du Master (M1) est consacrée à l'acquisition des fondamentaux du marketing en partant de la connaissance client, des études marketing ainsi qu'à la prise en main d'outils et de méthodes utiles pour le développement d'une stratégie marketing. La deuxième année (M2) constitue un approfondissement sur les différents leviers digitaux qui peuvent être mobilisés pour développer des stratégies marketing pérennes, de l'innovation produit au développement de business model. Des approches originales venant d'autres horizons sont mobilisées pour former des étudiants ouverts, créatifs et capables de s'adapter (initiation à la pensée créative, jeu de rôle, développement personnel). Une partie est également dédiée au soutien du projet professionnel de l'étudiant et aux compétences relationnelles.

Programme M1 - 2017/2018	Objectifs
UE1 : Connaissance du consommateur 40h	Comprendre les choix individuels et la psychologie du consommateur Appréhender les influences sociales ; cerner les comportements en s'appuyant sur l'économie comportementale et le nudge Mieux connaître le consommateur avec l'analyse prédictive et le Big Data
UE2 : Etudes qualitatives 30h	- Savoir conduire une étude qualitative : de la définition de la problématique à la remise du rapport - Connaître les principales méthodologies qualitatives (entretien, focus groupe, guide d'entretien, méthode projective) - Savoir collecter et analyser l'information - Découvrir des méthodologies alternatives - Savoir négocier avec les instituts d'étude
UE3 : Etudes quantitatives 50h	- Savoir conduire une étude quantitative : de la définition de la problématique à la remise du rapport. - Connaître les principales méthodologies quantitatives (enquêtes, panels, expérimentations....) - Savoir la méthode d'échantillonnage, rédaction du questionnaire - Savoir négocier avec les instituts d'étude - Savoir choisir utiliser et interpréter des techniques statistiques les plus utilisées en marketing (utilisation du logiciel de traitement statistique spss) - Savoir émettre des conclusions et préconisations managériales sur la base de données quantitatives
UE4 : Négociation et technique de vente 40h	Savoir mener une prospection commerciale, (plan de prospection, plan de suivi) Maîtriser les méthodologies argumentaires Mises en situation pratique
UE5 : Management et Marketing stratégique 40h	Savoir réaliser un diagnostic d'entreprise Savoir évaluer les compétences d'une entreprise Comprendre les options stratégiques de l'entreprise Mettre en œuvre les stratégies de segmentation et de ciblage; Savoir définir un positionnement produit/marque
UE6 : Marketing opérationnel 40h	- Maîtriser les leviers la démarche du marketing opérationnel (produit, prix, communication, distribution) - Savoir définir un marketing plan.
UE7 : E-commerce 40h	- Comprendre les bases du community management et les réseaux sociaux émergents - Maîtriser, les bases du SEO (les règles du référencement naturel, les principaux CMS, l'expérience utilisateur) - Savoir manier les différents leviers du SEM (Adwords, affiliation, e-mailing, display) - Savoir développer une activité commerciale sur le marché du mobile : conception, gestion et lancement d'une application, sites mobile, mobile et paiement - Comprendre les problématiques logistiques et de paiement en ligne
UE8 : Négociation internationale 40h	Comprendre et savoir utiliser les outils de la préparation en négociation Les outils de la découverte pour comprendre son/ses interlocuteurs Méthodologie pour construire et présenter un argument La dynamique des jeux de concession & contreparties à l'origine des mouvements Management interculturel International Business.
UE9 : Marketing sectoriel 40h	Découvrir les spécificités du marketing sectoriel Le marketing BtoB, du luxe, des services, associatif
UE10 : Orientation et insertion professionnelles 40h	Initiation à la recherche documentaire : conduire une étude documentaire et une bibliographie, savoir trouver et évaluer des ressources, savoir problématiser Rédaction d'une note de synthèse : problématique + bibliographie + illustration avec des exemples pratiques. Prise de parole en public / leardership/ mediatraining Découverte des différents métiers du marketing (chez le fabricant et distributeur): comprendre les évolutions des structures organisationnelles, des rôles et des responsabilités des différents acteurs.

Volume annuel 1ère année : 400h (dont 100h en e-learning)

Programme M2 - 2018/2019	Objectifs
UE1 : Marketing opérationnel - Innovation et politique de produit 40h	L'objectif du cours est de donner les outils d'analyse et les cadres conceptuels pour le métier de chef de produit. - Faire un lancement de produit en prenant en compte les contraintes de l'offre et la demande, - Rendre les décisions adéquates au management de produit et de marque - Connaître les stratégies d'innovation produit (Fablab et conceptions innovantes), cycle de vie produit...
UE2 : Relation client et social CRM 40h	Permettre aux étudiants d'être capables d'élaborer une stratégie de marketing en utilisant la démarche et les outils adéquats, - Connaître les outils du marketing relationnel - Connaître les nouveaux modes de relation (crowdsourcing, co-création) ; - Savoir mettre en œuvre des actions relationnelles (acquisition/rétention), - l'enjeu de la donnée client (big data) - Social CRM, la transformation de la relation client.
UE3 : Marketing digital 40h	- Connaître les différents leviers d'actions du digital marketing - Mesurer l'impact du digital sur la relation Client - Découvrir des opérations de communication dans l'univers du digital - Connaissance du E-retail
UE4 : Organisation et Management commercial 40h	- Connaître les outils et concepts fondamentaux du management d'une force de vente ainsi que les principales réflexions sur les organisations commerciales. - Savoir manager une équipe commerciale - Construire le plan d'action marketing et commercial
UE5 : Performance du marketing & contexte juridique 40h	Calcul des coûts et décisions économiques Savoir mesurer la performance des opérations marketing (produit / communication...) Comprendre et piloter la valeur pour le client Droit de la concurrence, Propriété intellectuelle, Droit de la distribution
UE6 : Management de la marque et communication 40h	- Définir l'identité de la marque dans le but de construire un fort capital marque - Mesurer et analyser l'image et la notoriété de la marque ; - Savoir définir les stratégies d'extensions de marques et d'alliances de marque - Elaborer des stratégies de communication
UE7 : Stratégie - Transformation digitale et Entrepreneuriat 40h	- Concevoir une stratégie de création de start-up dans le domaine des services - Maîtriser les concepts en stratégie, entrepreneuriat, marketing des services, processus - Concevoir et mettre en oeuvre un business model d'ensemble comportant des dimensions marketing, financière, SI etc... - Construire son business plan - Manager la transformation digitale des organisations et ses nouveaux modes de collaboration
UE8 : Acquisition de trafic et gestion des données clients 40h	Comprendre le parcours d'achat, multi-canal et shopper Connaître les bases du tracking consommateur (cookies, RFID, User Id...) Savoir analyser ses données client (panels, analytics, cartes de fidélité...) Acquérir les bonnes pratiques de l'acquisition de trafic, optimiser ses conversions Pilotage de la performance d'un site marchand
UE9 : Méthodes, pratiques et compétences relationnelles 80h	Initiation à la recherche : Mettre en place une méthodologie d'étude, rédiger et soutenir un mémoire Leadership : Leadership Préparation et présentation d'un projet professionnel Développement professionnel : « trouvez un job qui vous corresponde » Séminaire international
Volume horaire 2ème année : 400 h (dont 100h en e-learning)	

POUR ALLER PLUS LOIN

CONTACT

Gestion administrative M2
Sabina RACZKA
01 44 08 11 83- mastermpc.app.iae@univ-paris1.fr

DÉBUT DES COURS : septembre 2017

RYTHME DE L'ALTERNANCE : le calendrier des regroupements est téléchargeable sur le site de l'IAE de Paris (www.iae-paris.com)

JOURNÉE PORTES OUVERTES

Samedi 04 mars 2017 de 13h à 17h
Centre BioPark

