



Master Management Marketing et écoute des marchés

Présentation

L'objectif de cette mention est de former des managers de haut niveau sur des fonctions et métiers précis en management.

En première année de cette mention (en apprentissage), l'accent est mis sur l'acquisition de savoirs et savoir-faire à la fois transversaux et fonctionnels comme en stratégie, finance, marketing et droit. En seconde année (M2), les étudiants peuvent se spécialiser selon leur projet professionnel. Il s'agit pour tous, entre autres, de bien comprendre les rôles des diverses parties prenantes dans un contexte fortement évolutif, marqué par des contraintes réglementaires nationales comme internationales et de nombreux enjeux.

Chacun des parcours permet d'approfondir un domaine particulier du management.

Un parcours international est également proposé en M1+M2, conjuguant une première année passée pour moitié en Suisse et pour l'autre moitié en Allemagne et une seconde année en apprentissage à l'EM Strasbourg.

Objectifs

La première année du master Management permet d'acquérir une base solide dans tous les domaines de la gestion avant une spécialisation en Marketing et écoute des marchés, en Master 2.

Ce parcours forme des professionnels souhaitant s'orienter vers les fonctions du marketing et de la relation client ou compléter leurs connaissances dans ce domaine, tant d'un point de vue stratégique qu'opérationnel. Il répond aux nouvelles attentes des professionnels, en donne une vision claire du rôle actuel du marketing, en permettant notamment de mieux organiser l'offre pour répondre aux demandes de l'environnement.

Objectifs :

- Savoir identifier et analyser des problématiques de gestion perceptible dans tous les domaines du marketing : technique de distribution, brand management, analyse de données, communication, politique de prix.
- Être capable de concevoir des solutions pour résoudre les problématiques repérées et savoir appliquer des outils et techniques adaptés dans les différents domaines du marketing
- Être capable d'élaborer et de mettre en œuvre son offre pour répondre aux demandes de l'environnement
- Être capable d'intégrer le numérique dans la stratégie marketing
- Savoir repérer et comprendre les opportunités et menaces des marchés et être capable de s'adapter efficacement.

Métiers visés

Directeur marketing, chef de produits, chef de marché, chef de marque, grand manager, chef de marché international

Category manager, sales développer, pricing manager, consultant en marketing stratégique et opérationnel

Responsable d'études marketing (analyste marketing), responsable des BBDM, chargé d'études, gestionnaire de la relation client

Responsable de la communication, chef de publicité, community manager, chargé de communication, trade marketer, responsable promotion des ventes, manager de rayon confirmé, merchandiser

Composante	<ul style="list-style-type: none"> • EM Strasbourg
Langues d'enseignement	<ul style="list-style-type: none"> • Français
Niveau d'entrée	BAC +3
Durée	2 ans
ECTS	120
Volume global d'heures	804
Formation à distance	Non, uniquement en présentiel
Régime d'études	<ul style="list-style-type: none"> • FC (Formation continue) • Alternance : contrat d'apprentissage • Alternance : contrat de professionnalisation
Niveau RNCP	Niveau 7
RNCP	<ul style="list-style-type: none"> • RNCP35917 : Master Management
Lieu	EM Strasbourg – 61 avenue de la Forêt noire 67000 STRASBOURG
Secteurs d'activité	<ul style="list-style-type: none"> • Études de marché et sondages • Publicité et études de marché • Conseil de gestion
Code ROME	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable marketing • Sondeur enquêteur / Sondeuse enquêtrice
Stage	Non
Alternance	Oui
CFA partenaire	CFAU
Type de contrat d'alternance	<ul style="list-style-type: none"> • Contrat d'apprentissage • Contrat de professionnalisation

Droits de scolarité

Pour consulter les droits de scolarité, consultez [la page dédiée](#) sur le site de l'Université de Strasbourg.

Contacts

Responsable(s) de parcours

- [Agnès Luchesi](#)
- [Didier Wehrli](#)

Autres contacts

Les + de la formation

Ce master est une formation en apprentissage sur 2 ans.

402 heures de cours sont dispensées par année de formation. Le reste du temps, les apprentis sont en entreprise.

Ce master est également accessible directement en M2 en apprentissage ou en formation continue.

Gestionnaire de scolarité - Boris Blériot

boris.bleriot@em-strasbourg.eu

Critères de recrutement

En 1^{ère} année

Étudiants titulaires d'une L3 ou bac +3, option ou parcours juridique, commercial, économique, gestion, comptable, sciences humaines, et autres disciplines voisines.

En 2^{ème} année :

En formation continue :

Cadres d'entreprise ou assimilés en activité (CIF, CPF, plan de formation ou à titre personnel) ou en recherche d'emploi : titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur d'un niveau bac +4 ou d'un M1 ; Niveau de langue anglaise minimum B1 –titulaires d'un diplôme de niveau inférieur justifiant d'une expérience professionnelle réussie, sous condition d'acceptation par la commission pédagogique de la VAPP.

En apprentissage :

Étudiants de moins de 30 ans : titulaires du M1 Management de l'EM Strasbourg ; étudiants titulaires d'un M1 ou d'un bac +4 toutes disciplines - Niveau de langue anglaise minimum B1 / avoir obtenu au moins 3 ECTS dans un cours relatif au marketing dans son cursus antérieur/ avoir obtenu au moins 3 ECTS dans un cours relatif à la gestion et/ou management dans son cursus antérieur.

Candidater

Retrouvez l'ensemble des informations relatives à votre admission et inscription (conditions, délais, tarifs), sur le [site de l'université de Strasbourg](#). Vous pouvez également consulter la page de la formation sur le site de [l'EM Strasbourg](#).

Prérequis obligatoires

En 1^{ère} année sur la plateforme Monmaster :

Examen d'un dossier basé sur la performance du cursus universitaire, niveau en anglais (B2 requis), cohérence du projet professionnel, stages et expérience en entreprise, personnalité.

En 2^{ème} année sur la plateforme e-candidat :

Examen d'un dossier basé sur la performance du cursus universitaire, cohérence du projet professionnel, stages et expérience en entreprise, personnalité... complété par un entretien de sélection oral devant un jury d'universitaires et de professionnels.

Les candidats étrangers de pays non francophone n'ayant pas suivi leurs études en langue française devront justifier de leur niveau de français en présentant le DELF Niveau B2 ou le DALF C1 ou C2.

Programme des enseignements

Marketing et écoute des marchés

Master 1 Management - Marketing et écoute des marchés

Semestre 1					
		CM	TD	TP	CI
UE1 Le manager dans l'organisation	9 ECTS	-	-	-	-
Comportement humain		20h	-	-	-
Outils de management : expression		20h	-	-	-
Théorie des organisations		20h	-	-	-
Management interculturel		10h	-	-	-
UE2 Traitement de l'information	9 ECTS	-	-	-	-
Informatique et statistiques		30h	-	-	-
Systèmes d'information		20h	-	-	-
UE 3 L'environnement des organisations	9 ECTS	-	-	-	-
Droit des affaires		20h	-	-	-
Économie managériale		20h	-	-	-
Développement durable et organisations		10h	-	-	-
UE4 Langues - Anglais des affaires	3 ECTS	-	-	-	-
Anglais des affaires 1		-	20h	-	-

Semestre 2					
		CM	TD	TP	CI
UE 5 Gestion	12 ECTS	-	-	-	-
Ressources humaines		20h	-	-	-
Gestion de projet		10h	-	-	-
Marketing durable		20h	-	-	-
Contrôle de gestion		20h	-	-	-
Supply Chain Durable		15h	-	-	-
UE6 Gestion financière et stratégique de l'entreprise	9 ECTS	-	-	-	-
Simulation de gestion		20h	-	-	-
Finance		20h	-	-	-
Stratégie		20h	-	-	-
Environnement comptable et fiscal		20h	-	-	-
UE7 Langues - Anglais des affaires	3 ECTS	-	-	-	-
Anglais des affaires 2		-	20h	-	-
UE8 Mise en situation professionnelle	6 ECTS	-	-	-	-

	CM	TD	TP	CI
Retour d'expérience	10h	-	-	-
Rapport d'étude	10h	-	-	-
Co-formation	-	27h	-	-

Master 2 Management - Marketing et écoute des marchés

Semestre 3				
	CM	TD	TP	CI
UE1 : De la stratégie d'entreprise à la stratégie marketing	9 ECTS	-	-	-
Co-formation - challenge entreprise	9h	-	-	-
Plan marketing et stratégie commerciale	28h	-	-	-
Stratégie de la relation avec le client / CRM	7h	-	-	-
Stratégie d'entreprise	7h	-	-	-
UE 2 Marketing stratégique et opérationnel	9 ECTS	-	-	-
Management des produits et brand management	28h	-	-	-
Stratégie de communication de marque	10,5h	-	-	-
Politique communication et publicité	7h	-	-	-
Politique de distribution (enjeux, circuits et omnicanal)	14h	-	-	-
Management des prix	14h	-	-	-
UE 3 Etudes et Information marketing	9 ECTS	-	-	-
Consumer Behavior & experiential mkt	14h	-	-	-
Etudes marketing et méthodes quantitatives	21h	-	-	-
Méthodes qualitatives et créativité	10,5h	-	-	-
Analyse des données marketing	17,5h	-	-	-
UE 4 Compétences personnelles et comportement professionnel	3 ECTS	-	-	-
Pilotage collectif	2h	-	-	-
Intelligence collective et travail en équipe	12h	-	-	-
Gestion des équipes et leadership	4h	-	-	-
Processus créatif et co-création	7h	-	-	-

Semestre 4				
	CM	TD	TP	CI
UE 5 E mkt, droit et Spécificités mkt	6 ECTS	-	-	-
Marketing des services	7h	-	-	-
Marketing durable et responsable	7h	-	-	-
Marketing industriel et BtoB	7h	-	-	-
Stratégie des médias sociaux	16h	-	-	-

	CM	TD	TP	CI
Social media management	10,5h	-	-	-
UE 6 Compétences managériales et outils d'aide à la décision marketing	6 ECTS	-	-	-
Processus de décision stratégique, mkt et commercial	28h	-	-	-
Intelligence économique et commercialisation	7h	-	-	-
Management commercial	14h	-	-	-
Négociation salariale	3,5h	-	-	-
UE 7 CLUE	3 ECTS	-	-	-
Anglais des affaires	-	20h	-	-
International Marketing	7h	-	-	-
Management interculturel	2h	-	-	-
Enjeux économiques et sociaux en Europe	2h	-	-	-
Activité au Parlement Européen	-	4h	-	-
UE 8 Professionnalisation - Mission en entreprise méthodologie mémoire	15 ECTS	-	-	-
Tutorat et/ou Co-formation	-	2h	-	-
Méthodologie de la recherche, mémoire et soutenance	22h	-	-	-
Mémoire de fin d'études et soutenance orale	-	-	-	-
Projet et accompagnement professionnel	-	2h	-	-
Certification responsabilité sociale des organisations (RSO)	-	2h	-	-
Challenges et missions entreprises	-	16h	-	-