

MASTER 2

PARCOURS MARKETING

MENTION : MANAGEMENT

Établissement porteur : Cergy Paris Université

SITE D'ENSEIGNEMENT : CYU – LES CHENES 1

CONTACT :

Elisa MONNOT, responsable : elisa.monnot@cyu.fr
Valérie MELCHIORE-SATURNINI, responsable : valerie.saturnini@cyu.fr
Steve LARADE, secrétaire pédagogique : steve.larade@cyu.fr - 01 34 25 62 26
Site internet : <https://www.u-cergy.fr/fr/formations/schema-des-formations/master-lmd-XB/droit-economie-gestion-DEG/master-management-parcours-marketing-program-master-marketing.html>

DESCRIPTION :

Le master 2 Management parcours Marketing est une formation de haut niveau en gestion, dont l'objectif est de former des professionnels du marketing disposant :

- de connaissances techniques solides et actualisées dans les grands domaines du marketing : comportement du consommateur, marketing produit, fondamentaux de la communication, marketing digital, études de marché, panorama de la distribution ;
- de compétences transversales : esprit d'analyse et de synthèse ;
- de bonnes capacités de communication orale et écrite.

Cette formation exigeante, tant sur le plan académique que professionnel, s'organise autour d'enseignements généralistes en gestion et spécialisés et actualisés en marketing. Le contenu du master et l'accompagnement privilégié que nous offrons à nos étudiants leur permettent d'acquérir toutes les connaissances et compétences indispensables à la réussite de leur carrière.

L'expérience professionnelle est une condition indispensable pour une bonne insertion dans le monde du travail et la professionnalisation est un axe majeur de la formation. Au cours de cette année de formation, les étudiants ont la possibilité de suivre les enseignements en formation initiale, en formation continue ou en formation en apprentissage, en partenariat avec le CFA SACEF.

Grâce à notre réseau d'entreprises partenaires, nos étudiants ont accès à des stages et des apprentissages de qualité.

La Formation en Alternance (FA) est réservée aux étudiants ayant une vision claire du type de métier marketing vers lequel ils souhaitent s'orienter à l'issue du master 2. Le rythme de l'alternance est de 2 jours à l'université (lundi et mardi) et de 3 jours en entreprise (mercredi, jeudi, vendredi).

Pour les étudiants en apprentissage, les cours sont repartis tout au long de l'année scolaire.

La Formation Initiale (FI) est proposée aux étudiants souhaitant s'orienter vers un métier du marketing mais n'ayant pas encore complètement choisi un métier précis. La formation comporte un stage conventionné de 6 mois qui pourra être effectué en France ou à l'étranger à partir du mois de janvier.

Ce stage est un véritable tremplin vers le monde professionnel. Par ailleurs, le cursus fait intervenir des professionnels partenaires à plusieurs niveaux. L'équipe, qui comporte 50% de professionnels, participe aux orientations pédagogiques du master.

PROGRAMME D'ENSEIGNEMENT ET COMPETENCES DEVELOPPEES :

Le programme pédagogique du M2 s'articule autour de cours fondamentaux qui vont permettre aux étudiants de développer leurs compétences en termes :

- d'analyse : études quantitatives et qualitatives, analyse des données de panels, recherche en comportement du consommateur, et pilotage de la performance marketing ;
- de marketing stratégique et opérationnel : gestion de la marque, communication 360°, marketing digital avancé, distribution multi-canal, management de la relation client ;
- de conduite de projets : communication visuelle (PAO), droit et RSE, gestion de projets fictifs ou réels.

Via des choix d'électifs d'approfondissement (Chef de produit, Communication 360°, Marketing digital, Conseil et études) et d'options proposées en M2, nous formons nos étudiants à une diversité des métiers du marketing. Le M2 est en lien direct avec le monde professionnel grâce aux nombreux partenariats avec des organisations de tous secteurs (agro-alimentaire, automobile, distribution, services, culture...) qui confient régulièrement aux étudiants leurs problématiques marketing dans le cadre du Challenge. Les précédents travaux ont par exemple été réalisés en partenariat avec des marques comme innocent, Enfance et Partage, Volvo Cars, BoConcept, l'Assurance Maladie, Skoda ou encore Lacoste.



MASTER 2	
	Volume horaire
AIDE A LA DECISION MARKETING	
Analyse des données de panels	21
Etudes qualitatives et quantitatives	28
Recherche en comportement du consommateur	21
Pilotage de la performance marketing	21
MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL	
Gestion de la marque	28
Communication 360° (1)	28
Marketing digital avancé (1)	28
Distribution multi-canal	21
Management de la relation client	21
CONDUITE DE PROJETS MARKETING	
Communication visuelle	14
Droit et RSE	14
English for Marketing (FI/FA)	28/42
Challenge (FI uniquement)	42
Conception et réalisation d'un site Internet (FA uniquement)	14
Méthodologie du conseil (FA uniquement)	14
Mémoire professionnel (FI/FA)	7/35
Séminaire de recherche (FA uniquement)	21
Projets tutorés (FA uniquement)	7
ELECTIFS D'APPROFONDISSEMENT (1 au choix)	
Chef de produit	35
Communication 360° (2)	35
Marketing digital avancé (2)	35
Conseil et études	35
1 COURS A CHOISIR PARMIS	
Négociation commerciale	7
Marketing de l'art et de la culture	7
Marketing du luxe	7
Marketing sociétal	7
Marketing BtoB	7
Marketing international	7
Marketing des services	7
Marketing bancaire	7
Marketing et big data	7

DEBOUCHES PROFESSIONNELS :

Tous les métiers du marketing et de la communication : chef de produit, category manager, chargé de communication, chef de projet digital, chargé d'études, consultant...

