Marketing - Commerce

mis à jour le 10/07/2024

Master | Contrat d'apprentissage | Contrat de professionnalisation |
RNCP 35907

Master Marketing Vente - Parcours Marketing et Pratiques Commerciales (M_MPC)

PRÉSENTATION

Présentation de la formation

Le Master MPC en alternance s'adresse aux étudiants qui souhaitent acquérir des compétences opérationnelles et une vision stratégique des démarches marketing et commerciales. L'enseignement vise à assurer une solide connaissance des fondamentaux ainsi qu'une compréhension fine et approfondie des enjeux en fonction des contextes et des secteurs d'activité.

Objectifs de la formation

Métiers visés

Rythme d'alternance

Le Master MPC se déroule sur deux ans à partir du mois de septembre.
Le rythme de l'alternance est conçu pour favoriser une progression pédagogique optimale :
En M1 : 15 semaines de formation et 36 semaines en entreprise
En M2 : 14 semaines de formation (dont le séminaire professionnel international) et 40 semaines en entreprise

Dates de la formation et volume horaire

1 ère année : 15/09/2025 > 10/09/2027 (553 heures)
2 ème année : 15/09/2025 > 28/08/2026 (402 heures)
Durée : 2 ans
Nombre d'heures : 955h

UNIVERSITE/ECOLE

Adresse administrative Composante

Institut d'Administration des Entreprises de Paris

8 bis, rue de la Croix Jarry

75013 - PARIS

Journées Portes ouvertes

Le 04/02/2023 De 13h à 17h

Siège Établissement

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

8 bis, rue de la Croix Jarry

75013 - PARIS

ADMISSION

Conditions d'admission

Pré-requis :

Être âgé de moins de 30 ans à la date de signature du contrat d'alternance
Pour l'entrée en M1 : être titulaire de 180 ECTS
Pour l'entrée en M2 : être titulaire de 240 ECTS (recrutement limité)
Passage du SCORE IAE-Message (SIM) en fonction des sessions proposées par les centres d'examen

Modalités de candidature

Étude du dossier de candidature
SCORE IAE-Message (SIM)
Entretien avec un jury

L'admission définitive en alternance est soumise à la validation de la mission par le responsable pédagogique et à l'obtention d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

CONTACTS

Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Sonia CHERFI

contact@formasup-paris.com

Huguette NKONGI MBUNGU

Pour les publics en situation de handicap : consultez nos pages dédiées Apprenants et Entreprises.

Vos contacts « École/Université »

MONDON Silvya

mastermsb.app@iae.pantheonsorbonne.fr
01 89 96 17 93

PROGRAMME

Code RNCP 35907

Direction et équipe pédagogique

Programme détaillé de la formation	Volume horaire session - 1 année 1	Volume horaire session - 1 année 2
UE n°1 : Connaissance du consommateur	40h	
UE n° 2 : Etudes qualitatives	40h	
UE n° 3 : Etudes quantitatives	40h	
UE n° 4 : Négociation et technique de vente	40h	
UE n° 5 : Management et marketing stratégique	40h	
UE n° 6 : Marketing opérationnel	40h	
UE n° 7 : E-Commerce	40h	
UE n° 8 : Négociation internationale	40h	
UE n° 9 : Marketing sectoriel	40h	
UE n° 10 : Orientation et insertion professionnelles	42h	
UE n° 1 : Marketing Opérationnel		40h
UE n° 2 : Connaissance client		40h

UE n° 3 : Marketing Digital	40h
UE n° 4 : Organisation et Management commercial	40h
UE n° 5 : Performance marketing et commerciale	40h
UE n° 6 : Management de la marque et communication	40h
UE n° 7 : Stratégie	40h
UE n° 8 : Gestion des données clients	40h
UE n° 9 : Méthodes, pratiques et compétences relationnelles	82h

Modalités pédagogiques

Le Master MPC est dispensé par la voie de l'alternance.

L'enseignement est assuré par des enseignants-chercheurs et des professionnels exerçant des fonctions marketing ou commerciales dans des entreprises de différents secteurs d'activité.

Les cours sont organisés selon une pédagogie active autour de cas réels ou simulés.
Un challenge est organisé chaque année en partenariat avec une grande entreprise (par exemple : Foods International en 2018-2019, Belambra en 2019-2020).

Un quart des enseignements est proposé en e-learning.

Contrôle des connaissances

Le règlement de contrôle des connaissance est distribué en début d'année aux étudiants.
L'appréciation des connaissances et des aptitudes dans les UE constitutives d'un semestre résulte d'un contrôle continu constitué de différentes épreuves et d'un examen final anonyme.
Elle peut aussi comporter :
- des examens oraux, lesquels peuvent être remplacés par des tests écrits,
- la rédaction d'un mémoire,
- un projet tutoré.

Diplôme délivré

Diplôme de Master. Domaine Droit, économie, gestion ; Mention Marketing, Vente ; Parcours Marketing et Pratiques Commerciales.
Diplôme national de niveau 7 du du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, délivré par l'IAE de Paris en partenariat avec l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

COMPÉTENCES

- Etude et analyse du comportement du consommateur
- Participation aux actions stratégiques relatives au marketing
- Contrôle de l'évolution des marchés
- Veille concurrentielle
- Gestion de la communication des marques et de l'entreprise
- Management des équipes marketing et commerciales de l'entreprise
- Compréhension des nouveaux outils utilisés en marketing
- Appréhension d'une organisation de manière globale
- Gestion d'une offre de produits ou services

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine

Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

Communiquer en contexte professionnel

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation

- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère

Contribuer à la transformation en contexte professionnel

- Élaborer une vision stratégique en Marketing-Vente
- Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente