Marketing - Commerce

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

Master Marketing Vente - Parcours Management de la Marque et de la Communication (M_MPC_MMC)

PRÉSENTATION

Présentation de la formation

Le master MMC s'adresse aux étudiants qui souhaitent acquérir une connaissance approfondie de la marque, afin d'en maximiser son potentiel en entreprise, dans les institutions et dans les agences de conseil en communication.
Une part importante des enseignements est dédiée à la pratique de la communication à l'ère digitale, avec un focus sur la convergence des médias et la gestion des multiples points de contact avec différentes parties-prenantes (clients, collaborateurs, institutions et influenceurs).

Objectifs de la formation

Métiers visés

Rythme d'alternance

Semaines complètes IAE ou entreprise, selon un calendrier pré-établi

Dates de la formation et volume horaire

1 ère année : 08/09/2025 > 03/09/2027 (553 heures)
2 ème année : 08/09/2025 > 04/09/2026 (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 »

LY Mélanie

masterbanque.app@iae.pantheonsorbonne.fr
01 44 08 73 43

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 : Comportement du consommateur	40h	
UE n° 2 : Fondamentaux de la marque	40h	
UE n° 3 : Stratégie de communication	40h	
UE n° 4 : Développement des compétences relationnelles	40h	
UE n° 5 : Principe du droit et pilotage de la performance	40h	
UE n° 6 : Levier du marketing digital	42h	
UE n° 7 : Etudes qualitatives	40h	
UE n° 8 : Etudes quantitatives et analyse de données	50h	
UE n° 9 : Management international de la marque	30h	
UE n° 10 : Insertion professionnelle et initiation à la recherche	40h	
UE n° 1 : Brand content et narration		40h
UE n° 2 : Développement des marques et RSE		40h

UE n° 3 : Community management et stratégie médias sociaux	40h
UE n° 4 : Stratégie de création et média planning omnicanal	60h
UE n° 5 : Management de la marque employeur	40h
UE n° 6 : De la relation client au social CRM	40h
UE n° 7 : Transformation digitale et entrepreneuriat	40h
UE n° 8 : Evaluation et règlementation de la marque	40h
UE n° 9 : Développement personnel, méthodologie de recherche et SPI	62h

Modalités pédagogiques

Le Master MMC est dispensé par la voie de l'alternance. Les cours sont assurés par des universitaires et des professionnels exerçant des fonctions de marketing ou de communication dans des entreprises et des institutions relevant de secteurs d'activité variés. Ils sont organisés autour de discussions-réflexions à partir de la lecture d'ouvrages de management, d'études de cas, de jeux de simulation, de retours d'expérience de professionnels et de visites d'entreprises.

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 Management de Marque et Communication.
Diplôme national de niveau 7 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