

Diplôme grand établissement grade Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 40710

Master 2 Marketing et Stratégie - Parcours Chef de produit et retail (M2_343_CPR)

PRÉSENTATION

► Présentation de la formation

Le Master Chef de Produit et Retail forme des professionnels aptes à accompagner les transformations organisationnelles, éthiques, digitales et opérationnelles des entreprises.

Il offre une vision globale, de la conception produit à sa commercialisation physique ou digitale, et prépare les étudiants à piloter des projets de transformation alignés sur les choix stratégiques. Les enseignements, combinant compétences analytiques (études marketing, panels) et créatives (design management), sont adaptés aux métiers de chef de produit, category manager, trade marketer ou consultant.

Proposé en apprentissage, ce programme allie théorie, expérience terrain, business cases et un solide réseau d'alumni pour une insertion professionnelle réussie.

En intégrant ce Master, vous rejoignez également l'Université PSL. Classée parmi les 50 premières universités mondiales (THE, QS), PSL offre des formations graduées d'excellence, aux niveaux Master et Doctorat, qui s'appuient sur les forces scientifiques de tous ses établissements-composantes. Le diplôme est préparé à l'Université Paris Dauphine-PSL et délivré par l'Université PSL.

► Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :

- Piloter des projets de transformation produit et retail, en tenant compte des enjeux organisationnels, digitaux, éthiques et opérationnels des entreprises.
- Mobiliser des compétences analytiques et créatives (études marketing, panels, design management) pour concevoir et positionner une offre produit pertinente.
- Concevoir des stratégies de commercialisation multicanales (physiques et digitales) alignées sur les orientations stratégiques de l'entreprise.
- Collaborer efficacement avec les différents acteurs internes et externes (équipes marketing, partenaires commerciaux, agences) en s'appuyant sur des cas concrets, l'apprentissage en alternance et les outils professionnels du secteur.

► Métiers visés

Chef de produit / gestionnaire de marque / category manager

Chargé.e de communication / chef de publicité

Consultant.e en marketing, organisation, stratégie / chargé.e d'étude / planneur stratégique / business analyst

Chef de projet

Business developer / responsable grands comptes

Entrepreneur

► Rythme d'alternance

Université : septembre + 1 Semaine/mois + vendredi jusqu'à mi juin

► Dates de la formation et volume horaire

01/09/2025 > 01/09/2026 (470 heures)

Durée : 1 an

ADMISSION

► Conditions d'admission

Pré-requis :

Titulaires d'un master 1 (240 crédits ECTS) dans les domaines suivants : gestion, économie, sciences sociales.

► Modalités de candidature

Candidature en ligne + admissibilité + entretien

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.



PROGRAMME

► Code RNCP 40710

► Direction et équipe pédagogique

Directrices pédagogiques : Sarah Lasri et Julie Hermann

Equipe pédagogique : Karin Perrot, Christophe Monedero, Hélène Maillet, Valérie Renaudin, Henri Isaac, Pierre Volle, Anne Carminati, Véronique Perret, Fabienne Berger-Remy, Nicolas Balas, Colette Depeyre, Adèle Gruel, Stéphane Debenedetti, Florence Guittet, Frédéric Dupuy, Samy Kchock, Ivan Bastos, Elise Courcot

Volume horaire
session -1
année 1



Programme détaillé de la formation

Conception et gestion des études marketing	30h
Design Management et brand management	30h
Stratégies retail omnicanales	30h
Performance et impact du marketing	30h
Transformations et nouveaux business models	30h
approche sociologique et culturelle des marchés et de la consommation	30h
Méthodes de recherche appliquée	30h
option 1	15h

challenge interparcours	15h
se connaitre soi-même	15h
Gestion stratégique des assortiments	30h
Gestion stratégique de la chaine d'approvisionnement	30h
Challenge lancement de produit	30h
retail tour et conférences	30h
TOEIC	15h
Mémoire	3h
option 2	15h
manager une équipe	15h
travail personnel et travaux de groupe	47h

► Modalités pédagogiques

Cours, séminaires, travaux de groupe.

► Contrôle des connaissances

Examens et contrôle continu.

► Diplôme délivré

Diplôme de Grand Etablissement (grade de Master). Mention Marketing et Stratégie ; Parcours Chef de produit et retail.

Diplôme reconnu par l'Etat, préparé à Dauphine - PSL et délivré par l'Université PSL.

COMPÉTENCES

- Analyse du marché et de la concurrence
- Définition de la stratégie produit ou de la marque
- Élaboration et mise en oeuvre de la stratégie de communication interne et externe
- Création et gestion des campagnes publicitaires (médias, digital, print)
- Réalisation d'études de marché, analyses quantitatives et qualitatives
- Diagnostic et recommandations stratégiques pour les clients
- Pilotage complet d'un projet (définition, planification, exécution)
- Coordination des équipes internes et externes impliquées
- Identification et prospection de nouveaux clients ou marchés
- Développement du portefeuille clients existant

Identification d'une opportunité de marché ou d'innovation

Élaboration du business plan et recherche de financements

► Mettre en oeuvre les usages avancés et spécialisés des outils numériques

- - 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

- - Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation
- - Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- - Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux

► **Mettre en oeuvre une communication spécialisée pour le transfert de connaissances**

- - 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**

- - Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- - Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en oeuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le
- - Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale
- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles