

# Master Marketing Appliqué

**Responsable pédagogique :**

Florence Dano

**Responsable administrative :**

Josiane Gomez

« Vous voulez être chef de produit ou chargé d'études. Vous rêvez de contribuer au développement et à la gestion de grandes marques ; Vous avez le goût des chiffres, de l'analyse et du raisonnement, de la créativité, de l'ouverture internationale et le sens des responsabilités. Vous êtes ouvert d'esprit, rigoureux, flexible et autonome. Si vous êtes prêt à aborder un diplôme sélectif et exigeant, alors affûtez votre anglais, vos statistiques, vos connaissances bureautiques, votre rang de sortie et vos stages à l'étranger, puis envoyez-nous votre dossier.... Nous ferons le reste ! »

**OBJECTIF**

Ce programme permet d'être opérationnel dans les fonctions de chef de produit, responsable de marque, responsable de marché et responsable d'études quantitatives et qualitatives.

A l'issue de cette formation, les étudiants maîtrisent les outils marketing les plus pointus :

- logiciels d'analyse des données des plus simples aux plus sophistiqués
- méthodes d'analyses statistiques des plus descriptives aux plus avancées
- concepts et modèles (critères de décision d'achat, identité de marque...) leur permettant de mobiliser des connaissances sophistiquées et de les appliquer de façon pragmatique à une prise de décision marketing adaptée.

**ENSEIGNANTS**

Le corps professoral dédié au programme est composé de spécialistes de la marque et de la gestion de produit, des études marketing quantitatives et qualitatives, et de la relation client, avec lesquels collaborent plusieurs professeurs associés issus du monde professionnel :

- Marketing des marques de grande consommation et de la gestion de produit (Dwight MERUNKA - Professeur)
- Marketing des marques premium et luxe et comportement du consommateur (Elyette ROUX - Professeur)
- Marketing des marques sur Internet et analyses des données et études quantitatives (Jean-Louis CHANDON - Professeur)
- Sémiotique et études qualitatives (Florence DANO - Maître de Conférences)
- Pilotage des études (Viviane HAMON - Consultante)
- Management de la satisfaction et de la relation client (Sylvie LLOSA - Professeur)
- Distribution et Trade Marketing (Dominique BONET - Maître de Conférences)

- Publicité et promotion des ventes (Virginie DE BARNIER – Professeur)
- Lancement de nouveaux produits (Danielle CASTAGNONI - Professeur associé)
- Gestion de la relation client (Kiane GOUDARZI, Maître de Conférences)

**CONDITIONS D'ADMISSION**

Pour une entrée en 1ère année de Master, ce programme s'adresse à tous les titulaires d'une licence ou d'un diplôme niveau Bac + 3 (180 ECTS) ou équivalent (diplôme étranger, VAE...)

Pour une entrée directe en 2e année de Master, il s'adresse à tous les titulaires d'une maîtrise ou d'un diplôme de niveau Bac + 4 ou plus (240 ECTS ou plus) ou équivalent (diplôme étranger, VAE...)

La spécialité est ouverte aux participants sous le régime de la formation continue.

Le recrutement s'effectue sur dossier de candidature (Tests TAGE-MAGE, GMAT ou GRE, TOEFL, TOEIC ou IELTS, projet professionnel, études antérieures, stages effectués ou postes occupés), et entretien de motivation avec un jury.

**ORGANISATION DES ETUDES**

**Caractéristiques de la 1ère année**

La première année du Master dispense un enseignement général au Management des Organisations. Il est commun à tous les étudiants quel que soit le choix qu'ils feront de spécialisation pour leur deuxième année. Cependant, ils auront la possibilité, parallèlement à ce tronc commun de formation, de découvrir les diverses spécialités abordées en deuxième année à travers des modules de formation spécifiques intitulés «Focus».

C'est au cours de la deuxième année de Master que les étudiants aborderont la formation aux métiers de chef de produit et de chargé d'études.



### Caractéristiques de la 2e année

Pour la plupart des participants, cette deuxième année se déroule dans le cadre de contrats d'apprentissage (contrats de travail à part entière signés par les participants avec nos entreprises partenaires).

L'année se déroule sur 4 périodes :

- L'étudiant passe les quatre premiers mois de la formation (septembre à décembre) à l'IAE Aix pour y acquérir les connaissances de base (méthodologie, techniques et outils, ...) nécessaires à l'exercice des métiers de Chef de produit et de chargé d'études.
- Les trois mois suivants (janvier à mars) sont consacrés à la réalisation de missions marketing dans un Service Marketing d'une grande marque ou d'une grande entreprise publique ou privée dans le cadre d'un apprentissage ou d'un stage. L'étudiant apprenti/stagiaire est associé à ces missions en tant qu'assistant chef de produit junior ou assistant Chargé d'études, son travail est supervisé par un Chef de mission qui est son Maître d'Apprentissage/de stage.
- Ensuite, et pour deux mois (avril-mai), le retour à l'IAE Aix est centré sur l'acquisition de compétences plus spécifiques (distribution, E-marketing, Gestion des marques, témoignages d'expériences de professionnels...).
- La dernière partie de l'année est consacrée (de juin et pour une durée minimum de 3 mois pour les non apprentis et de juin à la date anniversaire de signature du contrat d'apprentissage) est consacrée, comme lors du premier passage en entreprise, à la réalisation de nouvelles missions de marketing dans un Service Marketing sous la supervision du Maître d'Apprentissage.

### CARACTERISTIQUES GENERALES

Le programme réunit un effectif moyen de 35 à 40 étudiants - apprentis qui sont occupés à temps plein par les enseignements, le stage et la préparation du mémoire de fin d'étude, de septembre à septembre de l'année suivante (au moins). Pour les deux périodes de stage en entreprise (de début janvier à fin mars, puis de début juin à la date de fin de contrat d'apprentissage), les étudiants - apprentis sont, pour la plupart, basés en région parisienne.

### STRUCTURE ET CONTENU DE LA FORMATION

Modules de la spécialité regroupés par unité d'enseignement

#### • Etudes qualitatives et Comportement du consommateur

Comportement du consommateur approfondi

Etudes qualitatives

#### • Décision Marketing

Décision Marketing 1

Décision Marketing 2

#### • Etudes Quantitatives

Analyse de données quantitatives

Conception de questionnaires

#### • Marketing et nouvelles technologies

E-Marketing

Nouveaux développements en Marketing

#### • Marketing Management

Marketing des services

Management des marques

#### • Distribution et Recherche Commerciale

Distribution

Recherche commerciale

#### • Environnement international et professionnel

Séminaire international

Pratiques professionnelles

#### • Communication et produits nouveaux

Lancement de produits nouveaux

Publicité et promotion

#### Séminaires Internationaux

Séminaires d'ouverture et non de spécialisation, les séminaires internationaux sont délivrés en anglais par des intervenants étrangers.

#### Application jointe

L'application jointe constitue un véritable travail professionnel d'étude marketing. Elle permet aux participants de s'approprier à travers la réalisation d'une étude marketing transverse (de la définition de la problématique jusqu'à la présentation des résultats) les concepts marketing et les méthodes d'études développés au cours de l'année. Elle est présentée devant un jury fin mai.

### Stage ou alternance

A l'issue de ces périodes en entreprise, l'étudiant est capable de contribuer parfaitement aux missions de marketing d'une entreprise et d'apporter une réelle valeur ajoutée en tant qu'assistant-chef de produit, assistant-chargé d'études, assistant-marketing ou responsable marketing junior.

### PROFIL DES POSTES ACCESSIBLES AUX FUTURS DIPLOMES

Chef de Produit Marketing Développement, Chef de Produit Marketing Opérationnel, Chargé d'Etudes Internes ou en Institut

### ENTREPRISES AYANT EMBAUCHE DES DIPLOMÉS

Accor, Altadis, Aqualux, AT&T, Avon, Bahlsen, BASF, Bayard Presse, Biotherm, BNP Paribas, Bresse Bleu, Buena Vista, Calvin Klein Cosmetics, Casino, Catalina Marketing, Cegelec, Celio, Chanel, Chantelle, Clairette de Die, Cofinoga, Clogate Palmolive, CSA, Danone, Décathlon, DELL, Ducros, Elida Fabergé, EMAP, Essilor, Europcar, Française des jeux, Fromageries Bel, Fromageries des Chaumes, Fruit of the Loom, GFK, Gillette, Herta, HP, IBM, IFOP, IKEA, IPSOS, Jacques Vabre, Kookai, Kraft, Laboratoires Boiron, Lancôme, La Poste, Le Monde, Lever, L'Oréal, M6, Maternelle Fruibourg, Microsoft France, Mustella, Nestlé, Nielsen, Novaction, Orangina, Nuxe, Playtex, Prisma, Procter & Gamble, Promodès, PSA, Publicis, Reckitt & Colman, Ricard, Saab, Senoble, Société Générale, Thomson Multimedia, TNS, Total-Elf-Fina, Unilever, Warner Bros, Young & Rubicam, Yves Rocher

Renseignements Masters :  
Odile Raingeard  
+33 (0)4 42 28 09 20  
masters@iae-aix.com

Renseignements Formation Continue :  
Sylvie Pennes  
+33 (0)4 42 28 08 56  
fcontinue@iae-aix.com