

Master 2 Marketing Appliqué



Devenez spécialistes en "études et management des marques..."

Le master marketing appliqué, reconnu par les entreprises depuis plus de 30 ans, offre une formation exigeante permettant d'être opérationnel dans les fonctions :

- de responsable de marque et chef de produit développement
- de chef de produit opérationnel, responsable de marché
- de responsables études qualitatives et quantitatives en instituts ou dans les départements études des grandes marques...

FORMATION

A l'issue de cette formation les participants maîtrisent les concepts et méthodes marketing les plus pointus leur permettant de mobiliser des connaissances sophistiquées et de les appliquer au management des marques et des produits.

Détail des cours du master :

- Comportement du consommateur approfondi
- Conception et pratique des études qualitatives
- Conception et pilotage des études quantitatives
- Analyse multidimensionnelles des données quantitatives
- Brand Analysis and planning management 1
- Brand Analysis and planning management 2
- Management des marques
- Marketing des services
- E-marketing
- Publicité et promotion
- Gestion de la relation client-marque
- Distribution des marques
- Projet d'Etude Marketing
- Stage ou Apprentissage

Responsable pédagogique :
Florence Dano

Responsable administrative :
Josiane Gomez



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

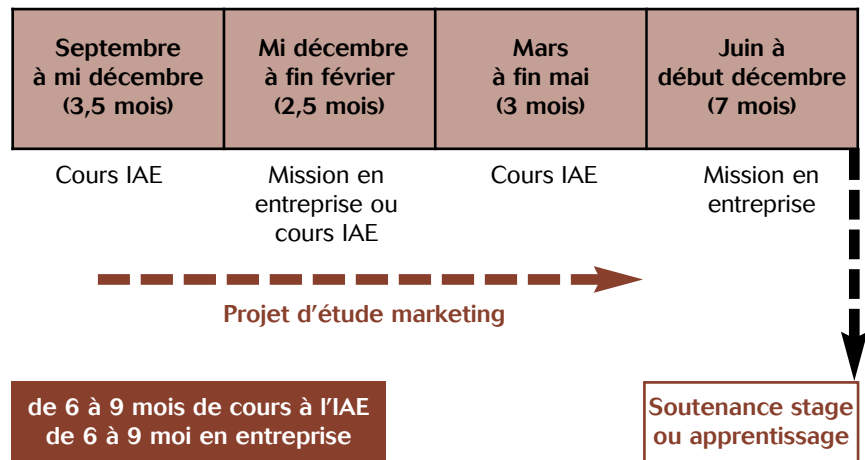


Le corps professoral dédié au programme est composé de spécialistes de la marque et de la gestion de produit, de la relation client-marque et des études marketing quantitatives et qualitatives et avec lesquels collaborent plusieurs experts issus du monde professionnel.

La pédagogie privilégie les études de cas, les simulations et les travaux de groupe. Réalisé tout au long de l'année, le "Projet d'Etude" constitue un véritable travail professionnel d'étude de la stratégie d'une marque ou d'une catégorie de produits. Il permet de s'approprier les concepts et méthodologies développés au cours de l'année. Il est soutenu devant un jury en avril/mai.

ORGANISATION DU PROGRAMME

Le master marketing se déroule sur une période de 16 mois (Septembre n à Décembre $n+1$) avec la possibilité de le suivre en apprentissage.



Entreprises partenaires : Nielsen, Ipsos

Profil des candidats :

Titulaires d'un M1 ou d'un diplôme reconnu comme équivalent (Ecoles de commerce, Ecoles d'ingénieur...)

Débouchés :

Les participants des deux dernières promotions diplômées ont tous trouvé un poste en CDI ou CDD dans des entreprises reconnues au plus tard 4 mois après la fin de leur stage (exemples de postes : ACP Nuxe, ACP Mustella, ACP Suchard et Toblerone, ACP Vache qui Rit, ACP Brothers, CatMan Unilever, Chef de projet Micosoft, Chargé d'études Consumer TNS-Sofrès, Chargé d'études qualitatives Millward-Brown, Chargé d'études Nielsen, Chargé d'études Ipsos, Chef de secteur Philips, Responsable étude Canal de Provence, CRM Intercos...)

Diplôme d'Aptitudes Managériales 2^{ème} année

Management des produits & des services à l'international

Ce diplôme universitaire facultatif de 180 heures de cours complète parfaitement le Master Marketing Appliqué en lui donnant une dimension managériale et internationale grâce à l'enseignement de compétences différentes non enseignées dans le master.

La formation s'articule autour de deux dimensions :

- La dimension Professionnalisation qui permet aux étudiants d'approfondir les savoir être et savoir faire des métiers marketing liés aux études et au management des marques et les forme aux outils et comportements requis dans ces métiers.
- La dimension internationale qui permet une ouverture sur l'environnement mondial dans lequel évolueront les étudiants à leur sortie.

PROGRAMME *cours et conférences 180h*

CONTENU PEDAGOGIQUE

- **L'environnement professionnel en Brand Management et en Marketing Research :**
problématiques et enjeux pour le management des marques en fonctions des spécificités des différents secteurs d'activité (Ex. Cosmétiques, services, Grande consommation...)
- **Pratiques et réalités des métiers liés au Brand Management et au Marketing Research**
 - *Présentation des métiers et des acteurs avec lesquels ces métiers sont en relation.*
 - *Conférences, témoignages sur les parcours professionnels*
- **Modules d'expertise professionnelle :**
 - *Management des nouveaux produits / marques*
 - *Les nouveaux outils et méthodes d'études des marques*

- **Compétences internationales**
Anglais professionnel
Séminaires internationaux : 2 au choix parmi plus d'une vingtaine de séminaires dispensés par des experts étrangers pour élargir les perspectives des participants
- **Compétences transverses**
 - *Crossknowledge : Modules au choix de formation à distance au management permettant le renforcement individualisé des compétences managériales et transverses*
 - *Conférences IAE : ouverture à d'autres métiers/activités dans l'entreprise*

LES SERVICES ASSOCIÉS

- **Conférences d'entreprises qui recrutent :** *offres de stages et d'emplois*
- **Forum entreprise annuel** (60 entreprises)
Accès " services plus " : parrainage, simulation d'entretiens
- **Journée carrière :**
Atelier de mise en situation de recrutement
- **Suivi individualisé**
Conseil sur projet professionnel et simulation d'entretien
- **Libre accès :**
 - *à la Cvthèque : base de données de CV accessible aux entreprises*
 - *aux services en ligne : "Going global" : site référençant par pays offres de stages et d'emplois*
 - *"Carnet" : Job plateforme commune au réseau des Universités EQUIS partenaires*
 - *à l'espace virtual recruitment : Entraînement filmé à des entretiens de recrutement dans 7 langues différentes*
 - *au service CV Video : Création d'un CV video de 5 à 10 minutes pour un recrutement international*