

Master (M1) mention Marketing, Vente parcours type Marketing (FA & FC)

Marketing, vente



Niveau d'étude visé
BAC +4



Diplôme
Master (LMD)



Domaine(s) d'étude
Marketing



Accessible en
Formation continue,
Formation en alternance, VAE



Établissements
Université
Toulouse
Capitole

Présentation

Code RNCP : 35907

Le Master Marketing (Master 1 et Master 2) forme des spécialistes du marketing dans les secteurs des produits, services et industriels. Il a un important contenu digital qui correspond aux tendances actuelles du marché.

Objectifs

À la fin du parcours complet (Master 1 et Master 2 Marketing), les diplômés sont capables de :

- * maîtriser les données issues de leur environnement ;
- * prendre des décisions concernant des problématiques marketing de leur entreprise ;
- * gérer des projets de façon responsable ;
- * manager des équipes et gérer si besoin le changement ;
- * s'adapter de manière agile à un environnement complexe et en changement perpétuel (lié notamment à l'évolution du digital) ;
- * avoir une maîtrise et une expertise des techniques propres au marketing ;
- * concevoir et mettre en œuvre une stratégie, un plan marketing et communication, adaptés aux marchés.

Admission

Conditions d'admission

Le Master 1 Marketing FA & FC est proposé en formation continue et alternance (contrat d'apprentissage et de professionnalisation).

Pré-requis : diplôme de niveau bac+3 (180 ECTS) ou bénéficier d'une Validation des Acquis Professionnels (VAP)

Modalités de recrutement : sélection sur dossier et entretien éventuel

Inscription

Retrouvez toutes les informations (dates et procédures) sur les candidatures au [Master \(M1\) mention Marketing, Vente parcours type Marketing \(FA - FC\)](#) sur le site de Toulouse School of Management.

Et après...

Poursuite d'études

[Master 2 Marketing Management](#)

 [Master 2 Marketing Digital](#)

 [Master 2 Marketing Distribution & Business](#)

Insertion professionnelle

Les diplômés peuvent exercer des métiers tels que :

- * Chef de produit ou de marque
- * Responsable de communication
- * Chargé de projet web
- * Social Media Manager
- * Responsable d'un secteur commercial d'une zone de marché
- * Manager des services
- * Chargé d'études marketing
- * Responsable marketing opérationnel
- * Responsable webmarketing
- * Chef de produit Business to Business

Contact(s)

Autres contacts

Contact scolarité

 m1.marketing-alt@tsm-education.fr

Infos pratiques

Lieu(x)

 Toulouse

Programme

Organisation

L'équipe pédagogique se compose d'enseignants-chercheurs et de professionnels.

Durée : 436 heures

Rythme de formation : 1 semaine en formation et 3 semaines en entreprise, d'octobre à juin.

La formation comprend des blocs de compétences :

Semestre 1

Bloc 1 - Communiquer en contexte professionnel

- * Conférences thématiques
- * Anglais management

Bloc 2- Elaborer une vision stratégique en Marketing-Vente

- * Marketing fondamental
- * Innovation Marketing / Marketing digital / Multicanal
- * Lancement et diffusion de nouveaux produits
- * Stratégie
- * Introduction au management de l'innovation

Bloc 3 - Concevoir et piloter des indicateurs de gestion en marketing

- * Contrôle de gestion et mise à niveau des outils bureautiques
- * Merchandising
- * Comptabilité
- * Analyse de données de la grande distribution

Bloc 4 - Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en marketing

- * Etude de marché
- * Statistiques et analyses de données
- * Big data et introduction à l'intelligence artificielle

Bloc 5 - Mettre en oeuvre des règles, des normes et des démarches qualité en Marketing-Vente

- * Processus qualité, sécurité, environnement
- * Droit du travail
- * Droit commercial

Bloc 6 - Développer une culture managériale et organisationnelle

- * Gestion des ressources humaines et du changement
- * Team building

Semestre 2

Bloc 7 - Contribuer à la transformation en contexte professionnel

- * Management de projet
- * Méthodologie mémoire

- * Réalisation mémoire

Bloc 8 - Accompagner les comportements et posture au travail

- * Coaching collectif
- * Pilotage de projets

Méthodes et moyens pédagogiques

Pour une formation en présentiel, l'enseignement est adapté au nombre d'étudiants admis en Master. A côté des enseignements théoriques dispensés par les enseignants, l'intervention de professionnels permet une approche pratique et concrète des thématiques étudiées. L'étudiant a également un accès libre aux diverses ressources universitaires : salles informatiques, laboratoires de langues ou service commun de la documentation.