Institut d'Administration des Entreprises

Master Marketing, vente

Présentation

Parcours

Décisions marketing opérationnelles et digitales (M1 - M2)

Marketing international et interculturel (M1 - M2)

Objectifs

Le Master Marketing-Vente vise trois grands métiers : le marketing opérationnel, le marketing de la distribution et la communication digitale en s'appuyant de manière importante sur le learning by doing et le travail en mode projet.

En appui sur l'évolution des métiers et les dernières avancées de la recherche académique, le master met l'accent sur la transformation numérique des métiers (digital, IA) et la pratique d'un marketing responsable.

Compétences

Les diplômés du Master Marketing-Vente bénéficient d'un apprentissage inscrit dans le réel grâce à la pédagogie action (études de cas, missions de conseil, serious games, challenges d'entreprises, concours Nudge France). Les compétences acquises leur permettent de devenir des experts polyvalents à même de mettre en œuvre un plan marketing et d'actions commerciales, de piloter les études marketing, la performance commerciale et financière de leur business unit, de maîtriser la digitalisation des métiers du marketing (e-commerce, phygital, community management, communication digitale et UGC), d'animer un point de vente.

Le master 1 comprend des cours dédiés aux compétences transversales (management de projets, numérique et IA, statistiques, droit), des cours communs avec le master entrepreneuriat (créativité, idéation), des cours techniques (cms, sea/smo, performance web, création de contenus), un cours dédié au marketing responsable et des cours spécialisés en marketing opérationnel, data marketing, communication digitale, distribution. Plusieurs cours sont enseignés en anglais. Un projet de spécialité en marketing durable rythme l'année pour les non alternants.

Le master 2 est dédié au développement professionnel et à la spécialisation en marketing stratégique et opérationnel, en communication distribution digitaux, en IA, et en

Modalités de formation

FORMATION INITIALE

FORMATION CONTINUE

EN ALTERNANCE

Informations pratiques

Lieux de la formation
Institut d'Administration des Entreprises

Volume horaire (FC)
889 h

Contacts Formation Initiale

Anaïs Pennognon

03 22 82 71 44

scolarite-iae@u-picardie.fr

Plus d'informations

Institut d'Administration des Entreprises

Pôle Universitaire Cathédrale,
10 Placette Lafleur - BP 2716
80027 Amiens Cedex 1
France

https://iae.u-picardie.fr/

management commercial et du point de vente. Une mission de conseil en marketing pour une organisation locale rythme l'année. Certains cours sont enseignés en anglais et une certification est proposée (toeic).

Le master permet d'accéder à un éventail de débouchés dans les métiers du marketing opérationnel, du marketing digital, de la distribution tels que : chef de produit marketing, responsable marketing en PME, chargé de promotion / d'animation des ventes, chef de projet digital / e- et m-commerce, community manager, manager commerce / responsable de magasin.

Le sais-tu ?

La possibilité de le réaliser en alternance sur un ou deux ans ou de partir 6 mois en Erasmus favorisent la professionnalisation et la personnalisation du parcours du diplômé.

Conditions d'accès

• Sélection sur dossier

• Inscription sur la plateforme «MonMaster» pour le master 1

• Inscription sur la plateforme «e-candidat» pour le master 2

• IAE Score Message

Autres informations (FI)

Pour donner une coloration internationale à leur parcours, les étudiants peuvent réaliser un échange Erasmus au semestre 2 du Master 1, ou bien passer leur année de Master 1 à l'étranger et obtenir leur Master en parcours international.

Organisation

Organisation

Rythme d'alternance : 2 semaines en entreprise, 1 semaine de cours

Période de formation

De septembre à juin

Alternance ou stage de 4 mois minimum en M2

Modalités de l'alternance

Master Marketing Vente : 2 semaines entreprise, 1 semaine cours

Coût de formation en charge par l'employeur :

Alternance (M1 + M2) : 25 000€

Contrôle des connaissances

Master en compétence, annualisé

Modalités de contrôle des connaissances voir sur la page web de l'IAE.

Responsable(s) pédagogique(s)

Sophie Changeur

sophie.changeur@u-picardie.fr

Formation continue

A savoir

Niveau d'entrée : Niveau II (Licence ou maîtrise universitaire)
Niveau de sortie : Niveau I (supérieur à la maîtrise)
Prix total TTC : 13845€

Conditions d'accès FC

- Étudiants en formation initiale
- Personnes en reprise d'études, Salariés, demandeurs d'emploi, VAE, ...
- Être titulaire d'un diplôme Niveau bac + 2

Modalités de recrutement (FC)

Sélection sur dossier, score IAE message et entretien

Calendrier et période de formation FC

De septembre à mars: cours

avril et mai: 8 semaines de stage

juin : examens

Références et certifications

Identifiant RNCP : 35907
Codes ROME : E1103 - Communication

E1401 - Développement et promotion publicitaire

M1703 - Management et gestion de produit

M1705 - Marketing

M1707 - Stratégie commerciale

Codes FORMACODE : 34566 - Vente distribution

34573 - Action commerciale

Codes NSF : 312 - Commerce, vente

Contacts Formation Continue

Kaoutar Aissani

03 22 82 71 44
fc-iae@u-picardie.fr

Le 17/11/2026