



MASTER



Lieu de la formation
Angers

Chiffres clés
Taux de réussite en M2 élevés : **100 %**
et taux d'insertion pro. excellents

Contacts
M1 MV
m1gestion@contact.univ-angers.fr
M2 MD / M2 PRM
m2gestion@contact.univ-angers.fr

Responsables de la formation
M1 MV
Bruno DAUCÉ
bruno.dauce@univ-angers.fr
M2 MD
Lionel AUBAN
lionel.auban@univ-angers.fr
Bruno DAUCÉ
bruno.dauce@univ-angers.fr
M2 PRM
Philippe COMPAIRE
philippe.compaire@univ-angers.fr
Patrick LEGOHÉREL
patrick.legohere@univ-angers.fr

Adresse web
www.univ-angers.fr/droit

MENTION MARKETING, VENTE

— Objectifs

Le Master mention Marketing, Vente (MV) recrute des étudiants titulaires d'une licence Économie et/ou Gestion, pour les préparer à occuper des fonctions de spécialistes dans le domaine du Pricing et du Revenue Management ou du Marketing Digital.

Ce programme se compose :

- d'une **première année (M1)** permettant d'acquérir les fondamentaux de la Gestion, de la Relation Client et du Marketing digital ;
- d'une **deuxième année (M2)** en parcours de spécialisation dans le domaine du Pricing et du Revenue Management ou du Marketing digital.

Une année optionnelle de césure est possible entre le M1 et le M2 afin de permettre à l'étudiant de réaliser un projet personnel, professionnel ou un engagement, en France ou à l'étranger.

À l'issue du M1, deux parcours sont proposés dans le cadre du M2 :

- Le **parcours Pricing et Revenue Management (PRM)** a pour objectif de former des cadres, à fort potentiel. Au carrefour du marketing et des mathématiques appliquées, le Revenue Management se trouve mobilisé dans de nombreux secteurs comme ceux de l'hôtellerie des transports et des loisirs, que ce soit en France ou à l'international ;
- Le **parcours Marketing Digital (MD)** a pour objectif de former des spécialistes de haut niveau capables de mobiliser les outils issus du digital (webmarketing, emailing, référencement naturel et payant, médias sociaux, web analytics...). Ainsi, les étudiants seront en mesure de collecter, exploiter et analyser les données collectées par l'entreprise pour concevoir et conduire des actions marketing personnalisées et interactives pour conquérir et fidéliser des clients.

— Poursuite | Insertion

Les **débouchés professionnels du Master** sont nombreux et variés :

- Les étudiants diplômés du **parcours Pricing et Revenue Management** pourront occuper les fonctions de Revenue Manager dans les secteurs de l'hôtellerie, du transport, des télécommunications, des loisirs et du tourisme. Les étudiants pourront ensuite évoluer vers les fonctions de directeur du Yield Management, directeur commercial et marketing ;
- Le **parcours Marketing Digital** offre la possibilité d'occuper différentes fonctions au sein d'entreprises du secteur numérique mais également au sein d'entreprises s'ouvrant aux métiers de l'internet : responsable web-marketing, chargé de référencement (SEO/SEM), community manager, traffic manager, responsable E-commerce, etc. Les étudiants peuvent également occuper des fonctions plus généralistes du marketing ;
- Les deux parcours du master peuvent être poursuivis par un Doctorat dans le domaine des Sciences de Gestion.

Les **taux d'insertion professionnelle**, 30 mois après obtention du Master, sont de 94,1% pour le parcours PRM et de 100% pour le parcours MD selon l'enquête ministérielle 2016 sur l'insertion professionnelle des diplômés.

* **Pour plus d'informations sur ces métiers émergents visés par le Master :**
Référentiel des métiers du marketing digital (Apec, juin 2015) ; www.metiers.internet.gouv.fr
Les métiers en émergence au travers des offres d'emploi Apec (Apec, janvier 2015)

— Programmes

Le programme de Master 1 mention Marketing, Vente est constituée d'une période de cours de septembre à avril (comprenant 227 heures de cours et 188 heures de TD) suivie d'une période de stage de 8 semaines minimum. Cette première année est également marquée par deux différents temps forts :

- un projet personnel portant sur l'installation et la gestion d'un site internet sous Wordpress ;
- un séminaire consacré aux méthodes de créativité : design thinking, méthode des personas, etc.

Dans le cadre du Master 1, les unités d'enseignement proposées sont les suivantes :

Au 1^{er} semestre :

- Méthodes et outils du Management 1 : Gestion de Projet, Méthodologie de Recherche, Informatique ;
- Pratiques du Management : Entrepreneuriat, Management de l'innovation ;
- Relation Client : Customer Relationship Management, Systèmes d'information & bases de données, Anglais pour le marketing ;
- Marketing digital : Stratégie de communication intégrée, Etre visible sur internet, Médias sociaux.

Au 2nd semestre :

- Méthodes et outils de Management 2 : Éthique des affaires, Anglais (préparation au TOEIC), Informatique (Wordpress) ;
- Développement personnel et professionnel : stage ;
- Marketing : Méthodes qualitatives, Méthodes quantitatives, Comportement du consommateur, Anglais pour le marketing ;
- E-Commerce : Marketing digital et E-Commerce, méthodes de créativité.

En Master 2, l'étudiant fait le choix d'un parcours parmi les deux proposés avec des enseignements dédiés :

- Le **parcours Pricing et Revenue Management (PRM)** propose une spécialisation aux métiers du Pricing et du Revenue Management au travers de différents enseignements (Marketing des services, Modèle et pratique du pricing, Aspects juridiques du revenue management, Techniques de prévisions en revenue management, Excel approfondi, Techniques d'optimisation, Modèles du revenue management, Data analytics et Big Data, Organisation du revenue management...). De nombreux enseignements sont proposés en langue anglaise. Ce programme est réalisé en **partenariat avec l'ESSCA**.
- Le **parcours Marketing Digital (MD)** propose un approfondissement des connaissances en marketing digital au travers de différents enseignements (Initiation à la programmation, Analyses de données Marketing, Web-analytics, Conduite du changement, Marketing expérientiel, Stratégies Crosscanal et commerce phygital, Marketing et téléphonie mobile, E-marketing, Stratégie de marque et Storytelling, Fidélisation...). Ce parcours peut être réalisé en **formation initiale** ou en alternance dans le cadre d'un **contrat de professionnalisation**.

Chaque parcours comporte un **projet professionnel** réalisé en partenariat avec une entreprise et un **stage** de 5 à 6 mois.

L'équipe pédagogique de la mention Marketing, Vente est constituée :

- d'enseignants-chercheurs en Sciences de Gestion, Sciences Économiques et Droit spécialisés ;
- de professeurs invités étrangers et de professionnels pratiquant au quotidien les sujets sur lesquels ils interviennent.

* Pour de plus amples informations sur les programmes des deux parcours proposés en M2, visiter le site web de la faculté www.univ-angers.fr/droit rubrique « Offre de formation »

— Public visé

Le Master 1 Marketing, Vente est accessible :

- sur dossier de candidature (avec le Score IAE-Message) et entretien pour les étudiants titulaires d'un diplôme de Licence 3 Économie et/ou Gestion. Les titulaires d'un autre diplôme national conférant le grade de Licence et les étudiants étrangers peuvent également candidater sous les mêmes conditions mais devront préalablement déposer un dossier de demande de validation des études.

Les différents parcours de Master 2 (Pricing Revenue Management et Marketing Digital) de la mention Marketing, Vente sont accessibles :

- sur dossier de candidature (avec le Score IAE-Message) et entretien pour les étudiants ayant validé une première année de Master au sein de l'UA, d'une autre université ou après avoir obtenu un diplôme français ou étranger de niveau équivalent.