



Master mention Marketing Vente

Parcours **Marketing et Management International – 2023/2024**

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Former des marketeurs et des stratèges à l'international sachant intégrer les opportunités de la révolution digitale • Former des managers directement opérationnels dans les entreprises – notamment les PME – afin de les aider dans leur projet d'internationalisation • Développer des compétences en lien avec la transition écologique et sociale des organisations
Métiers visés	<ul style="list-style-type: none"> • Assistant / directeur marketing • Manager de produit ou de marque responsable • Business developer • Chargé de projet développement durable ou RSE
Pédagogie	<ul style="list-style-type: none"> • Etudes de cas • Projets : personnels & collectifs, thématiques & transversaux • Cours et discussions en classe • Langues : Anglais + 2^{ème} langue obligatoire en M1 (ou projet en anglais)
Stages	<ul style="list-style-type: none"> • 2 mois minimum en Master 1 • 6 mois conseillés (4 mois minimum) en Master 2
Conditions d'accès	<ul style="list-style-type: none"> • Licence 3 en Economie-Gestion, AES, LEA <i>Possibilité d'accès pour les licences professionnelles en Commerce International, ADIO, Marketing et communication, etc.</i> • Bon niveau d'anglais (TOEIC non exigé à l'entrée) • Niveau Bac minimum en Espagnol (sinon, projet en anglais renforcé) <i>Etudiants non francophones : C1 TCF</i> • Motivation pour l'international et/ou la transition écologique et sociale
Compétences visées à l'issue de la formation	<ul style="list-style-type: none"> • Construire une stratégie de développement international • Maîtriser les stratégies marketing digitales • Conduire des études de marché • Maîtriser la planification marketing et le business planning • Manager des marques • Gérer la relation avec les clients, notamment en ligne • Maîtriser les processus de commercialisation et de distribution, y compris à l'étranger • Développer une communication responsable • Animer et superviser des négociations • Encadrer et susciter la cohésion de ses équipes • Gérer le changement • Connaître les enjeux de la transition écologique et sociale • Développer une intelligence de l'environnement international au sens large : langues, cultures, civilisations, économie, évaluation des risques, etc.



Master mention Marketing Vente

Parcours **Marketing et Management International**

Programme Master 1^{ère} année

1er semestre	CM	TD	ECTS	2ème semestre	CM	TD	ECTS
UE 1 - Marketing I				UE 6 - Marketing II			
Planification et actions marketing	18		2	Communication et gestion de la marque	15		2
Marketing international	15		2	Comportement du consommateur	18		2
Analyse de données marketing	18		2	Etude de marché	18		2
UE 2 - Commerce				UE 7 - Affaires internationales			
Vente et négociation		15	2	Management interculturel	15		2
Commerce et distribution	15		2	Développement international de l'entreprise	15		2
Commerce international	15		2	Projet tuteuré en groupe (en CI ou mkg digital)			2
UE 3 - Management				UE 8 - Outils du marketing			
Théorie des organisations	21		3	Ethique et responsabilité managériale	15		2
Stratégie	15	6	2	Droit de la concurrence et de la consommation	18		2
Entrepreneuriat et innovation	6	6	1	Création graphique		10,5	1
UE 4 - Communication et coopération				Outils Web		10,5	1
Stratégie digitale	18		2,5	UE 9 - Langues et outils			
Communication en milieu professionnel		12	1,5	Anglais		24	2
RH et comportement organisationnel	18		2	LV2 (Allemand, Espagnol, FLE)		12	1
UE 5 - Langues et outils				Projet collectif			1
Anglais		33	3	Projet Professionnel Personnel	4		2
LV2 (Allemand, Espagnol, FLE)		15	1,5	UE 10 - Insertion professionnelle			
Excel avancé		18	1,5	Stage			6

Programme Master 2^{ème} année

3ème semestre	CM	TD	ECTS	4ème semestre	CM	TD	ECTS
UE 1 - Marketing III				UE 6 - Environnement international	70		6
Marketing stratégique international	15	6	3	Cours de droit, économie internationale, finance, gestion de projet, etc.			
Marketing B to B	12		1,5	Conférences sur des sujets d'actualité, témoignages d'entreprises, etc.			
Web marketing	12		1,5	UE 7 - Stage			24
UE 2 - Etudes marketing				6 mois, en France ou à l'étranger			
Analyse des marchés étrangers	12	9	2				
Culture et comportement du consommateur	15		2				
Projet de recherche en marketing & recherche documentaire	6	9	2				
UE 3 - Communication et relation							
Communication & création graphique	9	21	4				
e-Customer Relationship Management	9	6	2				
UE 4 - Développement des affaires							
Stratégies internationales	12		2				
Création, innovation et entrepreneuriat	12		2				
Négociation internationale		15	2				
UE 5 - Langues							
Anglais approfondi		30	3				
LV2 (Allemand, Espagnol, FLE)		30	3				

Le programme de la 2^{ème} année est susceptible d'évoluer en 2024-2025 vers le **Marketing et la Transformation Durable des Organisations (MTDO)**

Les étudiants qui suivront le **M1 MMI en 2023-2024 feront le M2 MTDO en 2024-2025**