



Master mention Management

Parcours **Marketing et Transformation Durable des Organisations** 2024/2025

Objectifs

- Comprendre les défis environnementaux et sociétaux actuels
- Préparer aux métiers de l'encadrement intermédiaire afin d'accompagner les entreprises dans leur transformation
- Former des managers dans le domaine du développement durable et du marketing capables d'intégrer à leurs stratégies et pratiques les objectifs d'atténuation et d'adaptation au changement climatique, à la perte de la biodiversité et aux évolutions technologiques
- Intégrer les problématiques de durabilité et de responsabilité dans l'exercice des fonctions du marketing

Métiers visés

- Assistant / responsable marketing
- Manager de produit, de gamme ou de marque responsable
- Chargé de marketing digital (référencement, e-CRM, etc.) et community manager
- Chargé d'études marketing
- Expert affichage environnemental produit
- Chargé de veille stratégique
- Assistant / responsable conduite du changement
- Chef de projet RSE / DD / transition
- Consultant en Conduite du Changement des organisations

Pédagogie

- Etudes de cas
- Projets : personnels & collectifs, thématiques & transversaux
- Cours et discussions en classe ; réflexivité

Stages

- 2 mois minimum en Master 1
- 6 mois conseillés (4 mois minimum) en Master 2

Conditions d'accès

- Licence 3 en Economie-Gestion, AES, info-communication
- Accès dérogatoire : BUT GEA, GACO, TC
- Bon niveau d'anglais et en statistiques
- Motivation pour les transitions écologiques et sociales

Compétences visées à l'issue de la formation

- C1. Mobiliser et produire des savoirs spécialisés nécessaires à la prise de décision
- C2. Contribuer à la transformation écologique, sociale et technologique des organisations
- C3. Développer une culture et des postures managériales
- C4. Élaborer une vision stratégique en marketing durable
- C5. Concevoir et piloter des solutions de gestion dans la logique du marketing durable



Master mention Management

Parcours Marketing et Transformation Durable des Organisations

Programme Master 1^{ère} année

Semestre 1

UE	Matière	CM	TD	ECTS
C2	UE01. Environnement technologique, social et sociétal	18		1,5
	Changement climatique et biodiversité	12		1,5
	Enjeux sociétaux	6	6	1,5
	Gestion des risques	12		1,5
	Total UE	48	6	6
C2	UE02. Décision et innovation	15	9	2
	Décision Stratégique	6	6	2
	Innovation, créativité et modèles d'affaires	12		2
	Total UE	33	15	6
C3	UE03. Fondamentaux du management	15		1
	Psychosociologie des organisations	21		2
	Théories des organisations et pratiques manag.		12	1
	Communication en milieu professionnel		33	2
	Total UE	36	45	6
C4	UE04. Marketing stratégique	15		2
	Marketing stratégique durable	18		2
	Planification marketing	15		2
	Total UE	48	0	6
C5	UE05. Outils du marketing	12		1,5
	Communication responsable		15	1,5
	Référencement et web analytics	15		1,5
	Droit de la concurrence et de la consommation		12	1,5
	Total UE	27	27	6

Semestre 2

UE	Matière	CM	TD	ECTS
C1	UE06. Problématisation et réflexivité	12	6	1,5
	Analyse de données quantitatives	12		1,5
	Pensée complexe	9		1,5
	Total UE	39	9	6
C3	UE07. Communication et interculturalité		24	2
	Anglais des affaires	12		2
	Management interculturel	16	24	6
C2	UE08. Conception des projets	15		1,5
	Droit de l'environnement	12		1,5
	Management de projet	12		1,5
	Parcours de l'entrepreneur		3	1,5
	Total UE	39	3	6
C4	UE09. Marketing d'étude	18		2
	Approche psychologique des comportements resp.	18		2
	Etude de marché		6	2
	Total UE	36	6	6
	Stage			6
	Total UE	0	0	6

Programme Master 2^{ème} année

Semestre 3

UE	Matière	CM	TD	ECTS
C1	UE11. Projet de recherche	10,5		2
	Épistémologie	9	6	2
	Analyse et visualisation des données qualitatives		6	2
	Mémoire de recherche (projet)			
	Total UE	19,5	12	6
C2	UE12. Accompagnement des transformations	9	3	2
	Certifications et outils QHSE	18		2
	Contrôle de gestion responsable	18		2
	Total UE	45	3	6
C3	UE13. Communication professionnelle	12		1
	Influences et acteurs de l'économie mondiale		21	1
	Informatique		15	1
	Total UE	12	60	6
C4	UE14. Intelligence marketing et branding	9	6	1,5
	Approches socioculturelles des comp. de conso.	9	6	1,5
	Data marketing	12		1,5
	Gestion de la marque responsable	12		1,5
	Total UE	42	12	6
C5	UE15. Offre durable	6	6	1,5
	Marketing de l'innovation durable	6	6	1,5
	Ecoconception & Labellisation des produits	12		1,5
	Distribution durable de l'offre et expérience client	9		1,5
	Total UE	33	12	6

Semestre 4

UE	Matière	CM	TD	ECTS
C5	UE16. Relation et communication	9	6	2
	Gestion de la relation client (e-CRM)	9	6	2
	Influence responsable on line		12	2
	Total UE	18	24	6
	Stage			24
	Total UE	0	0	24

Le Master Management :
Une mention, deux parcours, un tronc commun

Tronc commun

3 compétences communes
(C1, C2, C3)
9 UE communes (54 ECTS)

Parcours MH2C

*Management des Hommes et
Conduite du changement*

2 compétences spécifiques
(C4, C5)
6 UE spécifiques (36 ECTS)

Parcours MTDO

*Marketing et Transformation
Durable des Organisations*

2 compétences spécifiques
(C4, C5)
6 UE spécifiques (36 ECTS)

Insertion professionnelle :

M1 : 2 mois minimum de stage (6 ECTS)
M2 : 4 à 6 mois de stage (24 ECTS)