

*sous réserve de validation des modifications*

Niveau :	<b>MASTER</b>					Année
Domaine :	DROIT ECONOMIE GESTION					<b>M1</b>
Mention :	SCIENCES DU MANAGEMENT					
Parcours :	MARKETING					
Volume horaire étudiant :	<b>252 h</b>	<b>154 h</b>	h	h	h	<b>406h</b>
	cours magistraux	travaux dirigés	travaux pratiques	cours intégrés	stage ou projet	total
Formation dispensée en :	<input checked="" type="checkbox"/> français		<input checked="" type="checkbox"/> anglais			

### Contacts :

Responsable de formation	Scolarité – secrétariat pédagogique
<b>Blandine ANTEBLIAN</b> Maître de conférences ☎ 03.80.39.35.03 <a href="mailto:Blandine.Anteblian@u-bourgogne.fr">Blandine.Anteblian@u-bourgogne.fr</a> <b>Bertrand BELVAUX</b> Maître de conférences ☎ 03.80.39.35.06 <a href="mailto:Bertrand.Belvaux@u-bourgogne.fr">Bertrand.Belvaux@u-bourgogne.fr</a>	DE OLIVEIRA Aurore Secrétariat pédagogique Bureau 128 Peg ☎ 03.80.39.54.21 <a href="mailto:aurore.de-oliveira@u-bourgogne.fr">aurore.de-oliveira@u-bourgogne.fr</a>
Composante(s) de rattachement : IAE (Institut d'Administration des Entreprises) UFR Droit et Science Politique	

### Objectifs de la formation et débouchés :

#### ■ Objectifs :

L'objectif de la formation est d'une part, de faire acquérir aux étudiants un ensemble de connaissances et de pratiques nécessaires à des fonctions d'encadrement marketing :

- concepts et théorie marketing
- méthodes et outils marketing
- compréhension de l'environnement de la fonction marketing
- connaissances sectorielles.

D'autre part, la formation vise à aider les étudiants à acquérir un professionnalisme affirmé à travers une forte implication de la part de spécialistes du marketing issus du monde de l'entreprise dans la formation : participation aux enseignements, conduite de projet professionnel en alternance et accueil des étudiants lors d'un stage individuel en fin de cursus.

L'Anglais des affaires est enseigné tout au long du parcours et les étudiants sont préparés au TOEIC avec une session par an intégrée dans le Master. Les enseignements sont assurés en partie en laboratoire de langues.

### **■ Débouchés du diplôme (métiers ou poursuite d'études) :**

Les diplômés de cette formation sont amenés à exercer leur activité professionnelle dans des secteurs variés, autour de quatre principaux secteurs d'activité :

- le secteur des services,
- le secteur des produits de grande consommation,
- les institutions financières (banques, assurances et organismes de crédit),
- la commercialisation de biens ou services inter-entreprises (notamment pour les titulaires d'une formation initiale scientifique, par exemple des ingénieurs).

Des besoins importants de cadres en marketing de niveau Bac + 5 sont identifiés au plan national et régional notamment dans les secteurs des services.

Les anciens étudiants (Dess marketing et Master marketing) occupent des fonctions variées :

- Direction marketing,
- Chef de groupe, chef de marque ou de produit dans les produits de grande consommation,
- Category Managers, Comptes Clés,
- Animateur de marché (promotion des ventes, marketing direct) dans des entreprises de service,
- Cadre commercial dans le secteur bancaire et financier,
- Négociateurs en marchés industriels,
- Responsable des études marketing dans des sociétés spécialisées (cabinets d'études) ou dans un service Etudes d'une entreprise.

### **■ Compétences acquises à l'issue de la formation :**

A l'issue de cette formation, les diplômés peuvent prendre en charge des fonctions marketing variées autour des compétences suivantes :

- Capacité d'analyse de marché visant à mettre en place une stratégie marketing,
- Maîtrise des méthodes de segmentation et de ciblage,
- Exploitation des bases de données marketing et enrichissement,
- Maîtrise des méthodes d'études de marché,
- Capacité à définir un cahier des charges et une méthodologie d'étude de marché, gestion des relations avec des prestataires externes (cabinets d'études),
- Capacité à réaliser un plan marketing et à le mettre en œuvre,
- Capacité à mettre en œuvre et à contrôler des actions marketing ciblées (plan de communication, plan promotionnel, opération de marketing direct),
- Assistance d'équipe commerciale (préparation d'argumentaires, synthèses de marché, aide à la négociation),
- Capacité à mener des négociations commerciales dans le cadre de différentes fonctions notamment négociateur en milieu industriel, acheteur, compte-clé ou category manager.

### ■ **Compétences acquises à l'issue de l'année de formation :**

L'étudiant aura acquis des compétences générales en gestion assurant un niveau de connaissances indispensables à l'exercice de fonction d'encadrement en entreprise. Par ailleurs, il aura acquis un début de spécialisation à l'exercice de fonctions marketing.

### **Modalités d'accès à l'année de formation :**

#### ■ **De plein droit :**

L'accès à la spécialité marketing de Master 1 est fonction de la capacité d'accueil : 30 places au total pour la spécialité. A titre indicatif l'effectif 2011-2012 était de 22 étudiants.

Au sein de l'Université de Bourgogne, ce parcours est ouvert aux étudiants issus de la licence Economie - Gestion, option Métiers du Marketing, sous réserve de validation de l'année de licence avec des résultats suffisants dans les UE de spécialisation marketing (UE3 et UE5). Pour les autres parcours de cette licence, un examen du dossier et un entretien individuel sont prévus.

#### ■ **Sur sélection : (dossier et entretien)**

La spécialité marketing est accessible aux titulaires d'une licence de Sciences de Gestion obtenue dans une autre Université ou une licence entrant dans le champ des Sciences de Gestion avec un enseignement renforcé dans le domaine du marketing (soit 120 ECTS), dans les limites de la capacité d'accueil du Master1 Marketing (30 places au total).

Le candidat doit télécharger le dossier de candidature disponible sur l'application e-candidat du site de l'IAE et l'envoyer au secrétariat avec les pièces demandées. Les dates d'ouverture et de clôture de chaque formation seront également indiquées.

Les admissions sont prononcées par le Chef d'Etablissement sur proposition du Responsable de la spécialité Marketing du Master en fonction des places disponibles, après examen du dossier et entretien individuel.

#### ■ **Par validation d'acquis ou équivalence de diplôme :**

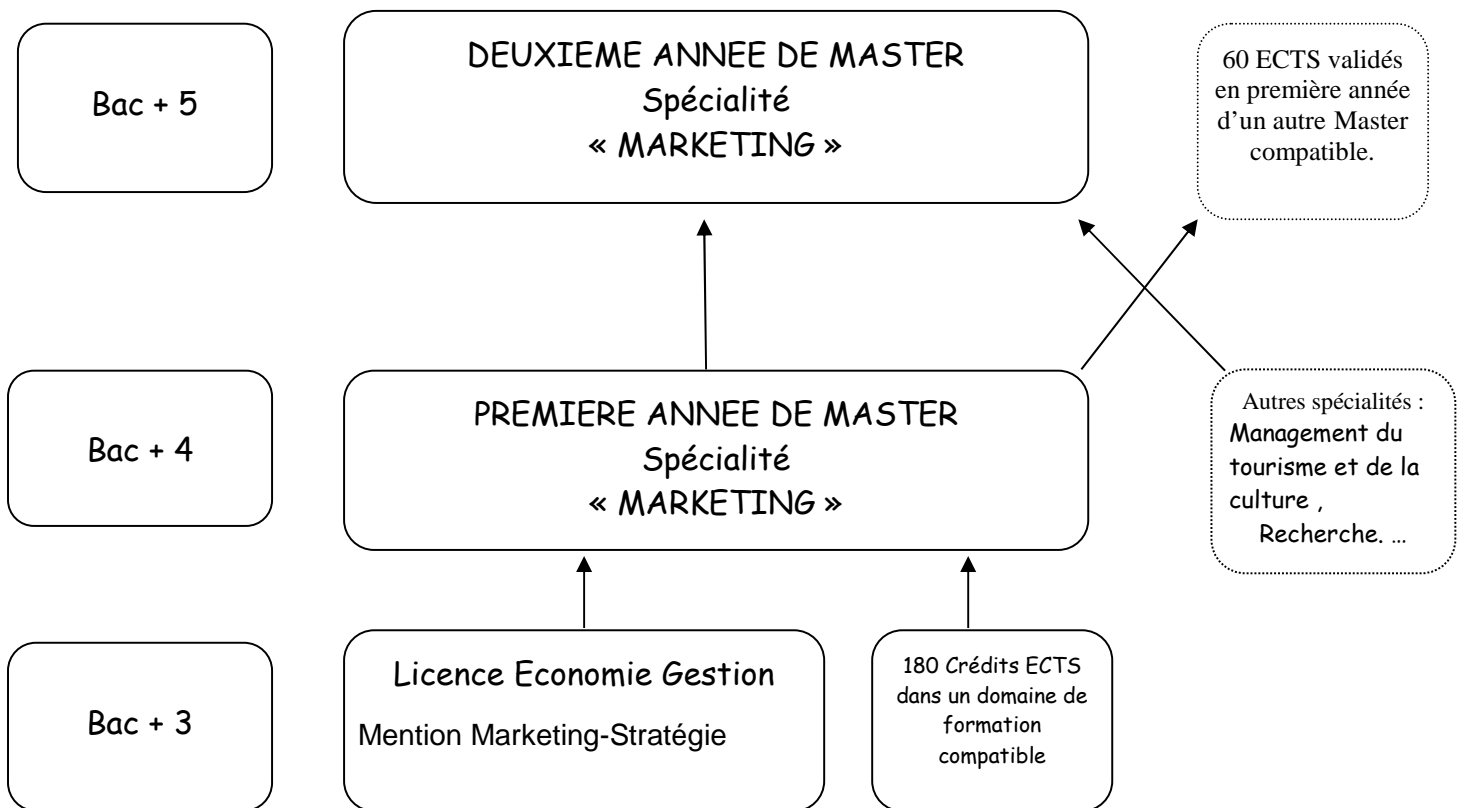
Après examen des dossiers et entretien individuel selon la procédure en vigueur, des étudiants peuvent être admis en première année de Master à l'issue d'une procédure de validation d'acquis de diplômes étrangers ou une procédure de validation des acquis pour les salariés justifiant des pré-requis ou d'une expérience professionnelle significative dans des fonctions marketing (VAE ou VAPP).

en formation initiale : s'adresser à la scolarité de l'IAE (03.80.39.54.21)

en formation continue : s'adresser au Service Universitaire de Formation Continue de Bourgogne : SUFCOB (03.80.39.51.80)

**Organisation et descriptif des études :**

**■ Schéma général des parcours possibles :**



**■ Tableau de répartition des enseignements et des contrôles de connaissances assortis :**
**SEMESTRE 1**

UE 1	discipline	CM	TD	TP	Total	ECTS	Type éval (1) Session 1	Type éval (1) Session 2	coeff CT	coeff CC	total coef
Gestion appliquée	Contrôle de gestion 1	18			18		CT écrit 2h	Epreuve écrite	3		3
	Jeu d'entreprise et communication	14	15		29		Epreuve pratique	Epreuve écrite	3		3
<b>TOTAL UE</b>		<b>32</b>	<b>15</b>		<b>47</b>	<b>6</b>			<b>6</b>		<b>6</b>

(1) CC : contrôle continu - CT : contrôle terminal

UE 2	discipline	CM	TD	TP	Total	ECTS	Type éval (1) Session 1	Type éval (1) Session 2	coeff CT	coeff CC	total coef
Gestion stratégique et juridique	Stratégie	20			20		CT écrit 2h	Epreuve écrite	3		3
	Relations juridiques du travail	20			20		CT écrit – 2h	Epreuve écrite ou orale selon le nombre d'étudiants	3		3
<b>TOTAL UE</b>		<b>40</b>			<b>40</b>	<b>6</b>			<b>6</b>		<b>6</b>

UE 3	discipline	CM	TD	TP	Total	ECTS	Type éval (1) Session 1	Type éval (1) Session 2	coeff CT	coeff CC	total coef
Analyse marketing	Analyse des marchés	20			20		CT écrit– 2h	Epreuve orale	4		4
	Analyse de données appliquées		20		20		Dossier	Dossier	2		2
<b>TOTAL UE</b>		<b>20</b>	<b>20</b>		<b>40</b>	<b>6</b>			<b>6</b>		<b>6</b>

UE 4	discipline	CM	TD	TP	Total	ECTS	Type éval (1) Session 1	Type éval (1) Session 2	coeff CT	coeff CC	total coef
Marketing des affaires	Vente et négociation		30		30		Jeu d'entreprise CC	Dossier		3	3
	Anglais des affaires : TOEIC	10	15		25		CT écrit – 2h + oraux	Epreuve Orale	2	1	3
<b>TOTAL UE</b>		<b>10</b>	<b>45</b>		<b>55</b>	<b>6</b>			<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>

UE 5	discipline	CM	TD	TP	Total	ECTS	Type éval (1) Session 1	Type éval (1) Session 2	coeff CT	coeff CC	total coef
Opérationnalisation marketing	Planification et actions marketing	12	12		24		Etudes de cas	Oral – 30 min	4		4
	Stage + Conférences		15		15			x	2		2
<b>TOTAL UE</b>		<b>12</b>	<b>27</b>		<b>39</b>	<b>6</b>			<b>4</b>		<b>6</b>

<b>TOTAL S1</b>	<b>114</b>	<b>107</b>		<b>221</b>	<b>30</b>				<b>26</b>	<b>4</b>	<b>30</b>
-----------------	------------	------------	--	------------	-----------	--	--	--	-----------	----------	-----------

**SEMESTRE 2**

UE 6	discipline	CM	TD	TP	Total	ECTS	Type éval (1) Session 1	Type éval (1) Session 2	coeff CT	coeff CC	total coef
Environnement juridique et financier	Gestion des ressources humaines	20			20		Epreuve pratique	Epreuve écrite 1h	3		3
	Contrôle de Gestion 2	18			18		CT écrit – 2h	Epreuve écrite 2h	3		3
<b>TOTAL UE</b>		<b>38</b>			<b>38</b>	<b>6</b>			<b>3</b>		<b>6</b>

UE 7	discipline	CM	TD	TP	Total	ECTS	Type éval (1) Session 1	Type éval (1) Session 2	coeff CT	coeff CC	total coef
Comportements de consommation et innovation marketing	Comportement du consommateur	20	6		26		CT écrit– 2h	Oral – 30 min	4		4
	Gestion de l'innovation	15			15		Epreuve pratique	Dossier	2		2
<b>TOTAL UE</b>		<b>35</b>	<b>6</b>		<b>41</b>	<b>6</b>			<b>6</b>		<b>6</b>

UE 8	discipline	CM	TD	TP	Total	ECTS	Type éval (1) Session 1	Type éval (1) Session 2	coeff CT	coeff CC	total coef
Internationalisation des marchés	Anglais des affaires	10	15		25		CT écrit– 2h	Epreuve orale	3		3
	Marketing international	15	3		18		CT	Oral – 30 min	3		3
<b>TOTAL UE</b>		<b>25</b>	<b>18</b>		<b>53</b>	<b>6</b>			<b>6</b>		<b>6</b>

UE 9	discipline	CM	TD	TP	Total	ECTS	Type éval (1) Session 1	Type éval (1) Session 2	coeff CT	coeff CC	total coef
Pilotage de l'offre	Gestion de la marque	15			15		Dossier	Oral – 30 min	2		2
	Commerce de détail	15	3		18		Dossier	Oral – 30 min	4		4
<b>TOTAL UE</b>		<b>30</b>	<b>3</b>		<b>33</b>	<b>6</b>			<b>6</b>		<b>6</b>

UE 10	discipline	CM	TD	TP	Total	ECTS	Type éval (1) Session 1	Type éval (1) Session 2	coeff CT	coeff CC	total coef
Recherche marketing et applications	Initiation à la recherche	10			10		Dossier	Epreuve écrite	3		3
	Etude marketing appliquée		20		20		Mémoire	Mémoire	3		3
<b>TOTAL UE</b>		<b>10</b>	<b>20</b>		<b>30</b>	<b>6</b>			<b>6</b>		<b>6</b>

<b>TOTAL S2</b>		<b>148</b>	<b>47</b>		<b>195</b>	<b>30</b>			<b>30</b>	<b>1.5</b>	<b>30</b>
-----------------	--	------------	-----------	--	------------	-----------	--	--	-----------	------------	-----------

## ■ Modalités de contrôle des connaissances :

Les connaissances sont évaluées dans le respect de la charte des modalités de contrôle des connaissances adoptée par le conseil d'administration de l'université du 1<sup>er</sup> juillet 2015.

Les examens se déroulent dans le respect de la charte des examens adoptée par le conseil d'administration de l'université du 2 avril 2001.

Les règles communes aux études LMD sont précisées sur le site de l'Université

[http://www.u-bourgogne-formation.fr/IMG/pdf/referentiel\\_etudes\\_lmd.pdf](http://www.u-bourgogne-formation.fr/IMG/pdf/referentiel_etudes_lmd.pdf)

*Dispositions relatives à chaque matière figurant dans une U.E :* Chaque matière figurant dans une UE donne lieu à une évaluation dont les modalités pratiques sont définies par l'enseignant en charge du cours. Les modalités pratiques sont rappelées aux étudiants au plus tard lors de la première séance d'enseignement.

### Dispositions relatives à l'étude marketing appliquée de M1 :

L'étude marketing appliquée consiste en la réalisation d'une mission d'études réalisée en groupe pour le compte d'une entreprise. L'encadrement est assuré par l'équipe enseignante de la spécialité. L'étude fait l'objet d'un rapport écrit accompagné d'une soutenance orale devant jury composé d'enseignants et dans la mesure du possible d'un représentant de l'entreprise.

*Stage :* Avant leur entrée en Master, les étudiants doivent effectuer un stage d'une durée d'un mois minimum et qui donnera lieu à évaluation dans le cadre de l'UE5. Ce stage fait l'objet d'une convention. L'évaluation sera basée sur le rapport de stage remis par l'étudiant avant une date limite fixée par l'enseignant responsable de la spécialité.

Il est vivement conseillé aux étudiants d'effectuer un stage à la fin de leur année de M1 (4 mois possibles). Lorsque l'étudiant effectue un stage, celui-ci fait l'objet d'une évaluation intégrée dans l'année de M2 (UE9 Professionnalisation)

### ● **Sessions d'examen :**

Une session d'examens est organisée à l'issue de chaque semestre.

L'étudiant qui n'a pas validé le premier semestre est autorisé à suivre les enseignements du second semestre, la seconde session étant organisée en septembre pour les deux semestres d'enseignement.

### ● **Règles de validation et de capitalisation :**

#### Principes généraux :

**COMPENSATION :** Une compensation s'effectue au niveau de chaque semestre. La note semestrielle est calculée à partir de la moyenne des notes des unités d'enseignements du semestre affectées des coefficients. Le semestre est validé si la moyenne générale des notes des UE pondérées par les coefficients est supérieure ou égale à 10 sur 20.

**CAPITALISATION :** Chaque unité d'enseignement est affectée d'une valeur en crédits européens (ECTS). Une UE est validée et capitalisable, c'est-à-dire définitivement acquise lorsque l'étudiant a obtenu une moyenne pondérée supérieure ou égale à 10 sur 20 par compensation entre chaque matière de l'UE. Chaque UE validée permet à l'étudiant d'acquérir les crédits européens correspondants. Si les éléments (matières) constitutifs des UE non validées ont une valeur en crédits européens, ils sont également capitalisables lorsque les notes obtenues à ces éléments sont supérieures ou égales à 10 sur 20.

● **Précisions :**

Principes généraux du Master Sciences du Management :

Le contrôle des connaissances repose sur les conditions générales suivantes :

- La moyenne générale de chaque semestre est déterminée par compensation entre UE, chaque UE étant affectée d'un coefficient. Le semestre est validé et capitalisé si l'étudiant obtient une moyenne générale supérieure ou égale à 10/20.
- Pour toute UE composée de plusieurs matières, la moyenne de l'UE est déterminée en fonction de la note obtenue dans chaque matière affectée d'un coefficient attribué à la matière. Toute UE validée est capitalisée en crédits ECTS.
- Chaque année de Master est validée dès lors que l'étudiant obtient une moyenne générale supérieure ou égale à 10/20. Il peut y avoir compensation entre le 1er et le 2ème semestre de chaque année.
- Dans le cas où l'étudiant obtient une moyenne inférieure à 10/20 pour un semestre, et que la moyenne générale sur l'année est inférieure à 10/20, l'étudiant doit se représenter à une seconde session d'examen qui est organisée en septembre de chaque année. L'étudiant doit alors repasser les matières non validées dans les UE non validées.
- A l'intérieur d'un semestre, l'étudiant conserve le bénéfice des UE validées qui sont capitalisées.
- Le barème d'attribution des mentions par année du Master est le suivant : de 10 à 11,99/20 : Mention Passable, de 12 à 13,99/20 : Mention Assez-Bien, de 14 à 15,99/20 : Mention Bien, plus de 16/20 : Mention Très Bien
- Le Master Economie-Gestion Mention Sciences du Management (le diplôme doit stipuler la spécialité) est attribué aux étudiants qui ont validé les 120 crédits ECTS correspondant aux quatre semestres d'enseignement.
- Le redoublement peut être autorisé en cas de non admission en M1 ou en M2.