

Un tissu d'entreprises partenaires et un réseau de plus de 600 anciens qui procurent missions d'études, stages, offres d'alternance et emplois à l'issue de la formation.



## CONDITIONS D'ACCÈS

- Etre titulaire d'un diplôme BAC + 3 dans un domaine compatible
- Admission sur dossier et entretien

## CHIFFRES

85 % des diplômés du Master Marketing ont trouvé un emploi dans les 6 mois après l'obtention de leur diplôme.

6 mois après l'obtention du diplôme, le salaire mensuel brut médian des diplômés actifs du Master Marketing est de 2500 €.

Source : enquête d'insertion professionnelle réalisée 6 mois après l'obtention du diplôme, auprès des diplômés 2018 du Master Marketing de l'IAE DIJON

## OBJECTIFS

- Acquérir les connaissances théoriques et les compétences pratiques nécessaires à l'exercice des fonctions d'encadrement en marketing
- Développer son professionnalisme (études de cas, projets et missions marketing)

## PROFESSIONNALISATION

Le Master 2 s'effectue en alternance sous forme de contrat de professionnalisation ou d'apprentissage. Cette année apporte aux étudiants une réelle expérience professionnelle de longue durée et rémunérée.

## DÉBOUCHÉS

- Chef de produit, chef de marque
- Chef de marché, négociateur
- Chargé d'études
- Category manager, trade marketer
- Responsable commercial ou de secteur
- Chargé de communication ou de promotion des ventes
- Responsable digital

# PROGRAMME

SEMESTRE 1	heures	ECTS	SEMESTRE 2	heures	ECTS
Contrôle de gestion	18	3	Comportement du consommateur	26	3
Stratégie	20	3	Initiation à la recherche	15	3
Méthodes d'études qualitatives	20	3	Marketing international	18	3
Méthodes d'études quantitatives	20	3	Anglais des affaires	20	3
Gestion de l'innovation	15	3	Gestion de la marque	15	3
Marketing des services	22	3	Commerce de détail	18	3
Plan marketing	24	3	Datamining	20	3
Serious game marketing	15	3	Apprendre à communiquer	22	3
Anglais des affaires : TOEIC	25	3	Étude marketing appliquée	20	4
Serious game de négociation	30	3	Implication étudiante	10	2
			Conférences métiers	12	
			Stage		
SEMESTRE 3	heures	ECTS	SEMESTRE 4	heures	ECTS
Comportement du consommateur : approches contemporaines	21	4	Négociation commerciale	10,5	2
Category management	21	3	Gestion du canal et marketing du point de vente	21	4
Techniques d'études de marché	17,5	3	Séminaire ethno-marketing	38,5	
Panels	21	4	Marketing relationnel	10,5	3
Marketing stratégique	21	4	E-commerce	14	3
Politique de produits/services	14	3	Marketing in English <i>(cours dispensé en anglais)</i>	24,5	3
Price strategy <i>(cours dispensé en anglais)</i>	10,5	3	Marketing B2B	10,5	3
Communication et création publicitaire	14	3	Séminaire gestion de projet	14	
Medias et stratégie digitale	21	3	Travaux Pédagogiques Encadrés	40	
Travaux Pédagogiques Encadrés	44		Grand oral	14	4
			Alternance (rapport)	17,5	8
			Cycle de conférences	15	
			Suivi du projet professionnel	20	

## CONTACTS

### ■ Direction de la formation

#### Master 1

Bertrand BELVAUX  
Professeur des universités  
bertrand.belvaux@u-bourgogne.fr

#### Master 2

Blandine ANTEBLIAN  
Maître de conférences  
blandine.anteblian@u-bourgogne.fr

### ■ Secrétariat

03 80 39 54 21  
marketing-iae@u-bourgogne.fr

### ■ Alternance et formation continue

03 80 39 52 86  
alternance.iae-marketing@u-bourgogne.fr



iae.u-bourgogne.fr