

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

- Taux d'insertion professionnelle : 92 %
- Salaire annuel brut médian des diplômés : 36 000 €

Source : enquête d'insertion professionnelle réalisée 6 mois après l'obtention du diplôme, auprès des diplômés 2021 du Master Marketing Stratégique et Opérationnel 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 1 inclut un stage obligatoire de 2 à 4 mois.
- 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	15	3
Gestion de l'innovation	15	3	Brand Management (<i>cours dispensé en anglais</i>)	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	15	3	Étude marketing appliquée	20	4
Gestion de site web	25	3	Stage (2 à 4 mois) et Implication étudiante	10	2
			Conférences métiers	12	

SEMESTRE 3	heures	ECTS	SEMESTRE 4	heures	ECTS
Comportement du consommateur : approches contemporaines	21	4	Négociation commerciale	10,5	2
Category management	21	3	Marketing du point de vente et logistique	21	2
Techniques d'études de marché	17,5	3	Séminaire ethno-marketing	38,5	2
Panels	21	4	Marketing et développement durable	10,5	
Marketing stratégique	21	4	E-commerce	14	6
Stratégie digitale	14	3	Marketing in English (<i>cours dispensé en anglais</i>)	28	6
Price strategy (<i>cours dispensé en anglais</i>)	10,5	3	Acquisition digitale et consumer experience	10,5	
Communication et création publicitaire	24,5	3	Gestion de projet	10,5	
Communication digitale	21	3	Travaux Pédagogiques Encadrés	36,5	
Travaux Pédagogiques Encadrés	44		Grand oral		4
			Alternance (rapport)		8
			Cycle de conférences	15	
			Suivi du projet professionnel		

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