

## MASTER - Management

### Marketing et écoute des marchés

#### Pré-requis obligatoires

##### Conditions d'admission / Pré-requis :

- En formation continue : cadres ou assimilés en activité (CIF, CPF, plan de formation ou à titre presonnel) ou en recherche d'emploi : titulaires d'un bac+4 ou d'un Master 1 justifiant d'une expérience professionnelle d'au moins 5 ans. Titulaires d'un diplôme de niveau inférieur et justifiant d'une expérience professionnelle réussie, sous condition d'acceptation par la commission pédagogique de la validation des acquis personnels et professionnels (VAPP).  
En contrat de professionnalisation : la recherche de l'entreprise est à la charge de l'étudiant.

- En apprentissage : de droit pour les étudiants titulaires du Master 1 de la mention Management de l'EM Strasbourg, étudiants de moins de 30 ans titulaires d'un M1 ou d'un bac+4 toutes disciplines. Niveau de langue anglaise minimum B2 / avoir obtenu au moins 3 ECTS dans un cours relatif au marketing dans dans son cursus antérieur / avoir obtenu au moins 3 ECTS dans un cours relatif à la gestion et/ou management dans son cursus antérieur.

Tous les étudiants titulaires d'un bac+4 devront avoir obtenu au moins 3 ECTS dans les disciplines marketing et/ou management des systèmes d'information dans leur cursus antérieur.

L'admission s'effectue en 2 étapes :

- 1/ Etude du dossier : adéquation du cursus universitaire, vérification des pré-requis
- 2/ Entretien individuel : vérification de l'adéquation et de la cohérence du projet professionnel

Les candidats de pays non francophones n'ayant pas suivi leurs études en langue française et qui bénéficieront d'un entretien à distance avant l'obtention de leur VISA devront justifier de leur niveau de français en présentant le DELF Niveau C1 ou le DALF C1 ou C2.

Validation des acquis professionnels (VAPP) :

Si le candidat n'a pas le niveau académique requis pour candidater à la formation, il doit -parall èlement au processus de candidature au master 2- déposer un dossier de VAPP. Le dossier est téléchargeable sur le site de l'école. Il doit être retourné complété au plus tard 15 jours avant la date limite de candidature à la formation.

#### Objectifs du parcours

- Savoir identifier et analyser des problématiques de gestion perceptibles dans tous les domaines du marketing : technique de distribution, brand management, analyse de données, communication, servuction, politique de prix
- Être capable de concevoir des solutions pour résoudre les problématiques repérées et savoir appliquer des outils et techniques adaptés dans les différents domaines du marketing
- Être capable d'élaborer et de mettre en oeuvre son offre pour répondre aux demandes de l'environnement
- Savoir repérer et comprendre les opportunités et menaces des marchés et être capable de s'adapter efficacement

#### Codes ROME

- M1705 - Marketing
- M1401 - Conduite d'enquêtes
- M1404 - Management et gestion d'enquêtes

#### Contacts

- Jeanne Bessouat : [jeanne.bessouat@em-strasbourg.eu](mailto:jeanne.bessouat@em-strasbourg.eu)
- Agnès Luchesi : [agnes.luchesi@em-strasbourg.eu](mailto:agnes.luchesi@em-strasbourg.eu)

Langue du parcours	Français
ECTS	120 ECTS
Volume horaire	
TP : 0h	TD : 0h
CI : 0h	CM : 0h
Formation initiale	Non
Formation continue	Oui
Apprentissage	Oui
Contrat de professionnalisation	Oui

# M1 Management

## S1

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
<b>UE1 Le manager dans l'organisation</b>	<b>12 ECTS</b>	<b>70 h</b>				<b>230 h</b>	
Comportement humain		20 h					
Outils de management : expression		20 h					
Théorie des organisations		20 h					
Management interculturel		10 h					
<b>UE 2 Traitement de l'information</b>	<b>9 ECTS</b>	<b>60 h</b>				<b>165 h</b>	
Informatique et statistiques		40 h					
Systèmes d'information		20 h					
<b>UE 3 L'environnement des organisations</b>	<b>6 ECTS</b>	<b>60 h</b>				<b>90 h</b>	
Droit des affaires		30 h					
Économie managériale		30 h					
<b>UE 4 Langues - Anglais des affaires</b>	<b>3 ECTS</b>			<b>20 h</b>			
Anglais des affaires 1				20 h			

## S2

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
<b>UE 5 Gestion</b>	<b>12 ECTS</b>	<b>82 h</b>				<b>218 h</b>	
Supply chain management		12 h					
Gestion de projet		10 h					
Contrôle de gestion		20 h					
Marketing		20 h					
Ressources humaines		20 h					
<b>UE 6 Gestion financière</b>	<b>9 ECTS</b>	<b>60 h</b>				<b>165 h</b>	
Environnement comptable et fiscal		20 h					
Simulation de gestion		20 h					
Finance		20 h					
<b>UE 7 Stratégie</b>	<b>3 ECTS</b>	<b>20 h</b>					
Stratégie		20 h					
<b>UE 8 Langues - Anglais des affaires</b>	<b>3 ECTS</b>	<b>20 h</b>				<b>55 h</b>	
Anglais des affaires 2		20 h					
<b>UE 9 Retour d'expérience - rapport d'étape</b>	<b>3 ECTS</b>	<b>20 h</b>					
Retour d'expérience/rapport d'étape		20 h				55 h	

## M2 Management - Marketing et écoute des marchés

S3

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
<b>UE1 : De la stratégie d'entreprise à la stratégie marketing</b>	<b>9 ECTS</b>	<b>56 h</b>				<b>163 h</b>	
Coaching individuel et pilotage collectif		14 h					
Plan marketing et stratégie commerciale		28 h					
Stratégie de la relation avec le client		7 h					
Stratégie d'entreprise		7 h					
<b>UE 2 Management des produits, de la marque et des prix</b>	<b>6 ECTS</b>	<b>40 h</b>				<b>114 h</b>	
Management des produits et interculturalité		16 h					
Brand Management		12 h					
Management des prix		12 h					
<b>UE 3 Management de la communication, de la distribution</b>	<b>6 ECTS</b>	<b>38.5 h</b>				<b>110 h</b>	
Politique de la communication : théories et modèles		10.5 h					
Politique de communication et publicité		8 h					
Politique de distribution : enjeux et circuits		12 h					
Distribution omnicanal		8 h					
<b>UE 4 Management commercial et E-marketing</b>	<b>9 ECTS</b>	<b>45 h</b>				<b>110 h</b>	
Management commercial		22 h					
E - Marketing		24 h					

S4

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
<b>UE 5 Spécificités sectorielles</b>	<b>3 ECTS</b>	<b>17.5 h</b>				<b>43 h</b>	
Marketing des services		7 h					
Marketing industriel et BtoB		10.5 h					
<b>UE 6 Études et information marketing</b>	<b>3 ECTS</b>	<b>62 h</b>				<b>98 h</b>	
Consumer behavior		14 h					
Études marketing : méthodes et outils		20 h					
Méthodes qualitatives et créativité		12 h					
Analyse des données Marketing		16 h					
<b>UE 7 Outils d'aide à la décision</b>	<b>3 ECTS</b>	<b>43 h</b>				<b>27 h</b>	
Processus de décision Mkt/ commercial		21 h					
Intelligence économique et commercialisation		8 h					
Gestion financière		14 h					
<b>UE 8 CLUE et Approfondissement managérial international</b>	<b>6 ECTS</b>	<b>17 h</b>		<b>20 h</b>		<b>106 h</b>	
Anglais des affaires				20 h			
International Marketing management		7 h					
Management interculturel		4 h					
Enjeux économiques et sociaux en Europe		2 h					
Visite institution européenne		4 h					
<b>UE 9 Professionnalisation - Mission en entreprise méthodologie mémoire</b>	<b>15 ECTS</b>	<b>59 h</b>		<b>4 h</b>		<b>331 h</b>	
Méthodologie de la recherche, mémoire et soutenance		22 h					
Retour d'expérience -Challenges/ missions entreprises		23 h					
Certification Responsabilité Sociale des Organisations (RSO)				2 h			
Projet et accompagnement professionnel				2 h			
Co-formation							