

MASTER PRO BAC+5 MARKETING ET COMMUNICATION STRATÉGIQUE

DIPLÔME DÉLIVRÉ PAR IAE TOULOUSE

UNIVERSITÉ
PRIVÉE DE
MARRAKECH

UP
SÉNÉGAL

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

- Diplôme Français de Master 2 visé et reconnu par le Ministère de l'Enseignement Supérieur français
- Approfondissement des stratégies **marketing** et de communication vues de l'angle des annonceurs ou de celui des agences de communication.
- Type de Formation : Accessible en Formation Continue
- Durée de la Formation : 12 mois minimum répartis sur 2 semestres (volume horaire de 358 heures)
- Stage obligatoire de 6 mois minimum
- Un programme dédié au développement personnel pour renforcer les savoirs-être et comportements professionnels
- Corps professoral international issu l'IAE de Toulouse, UPM Maroc et UPM Sénégal

Niveau de sortie : Bac + 5

Contacts : Responsable du Master + Responsable Administratif

CONDITIONS D'ADMISSION

Le Master 2 Marketing, spécialité Communication Marketing est accessible en formation continue :

- Aux étudiants diplômés ayant validé un Master 1 en marketing, communication ou toute autre spécialité en gestion (Bac +4)
- Aux étudiants ayant validé un Master 1 dans une autre spécialisation, aux titulaires d'une maîtrise, d'un diplôme d'ingénieur (Bac +4)
- Aux cadres ou assimilés cadres ayant au moins un diplôme de niveau Bac+4 (ingénieurs, pharmacie, médecine, autres formations scientifiques, sciences économiques, MSG, AES, écoles de commerce, ...) et témoignant d'une expérience significative de plusieurs années en entreprise.

L'admission se fait alors après examen du dossier académique et réussite à un test de sélection.

En partenariat avec :



Tél. : +221 33 824 29 67
+221 33 869 84 84

Email : admission@upm.sn

www.upm.sn



PROGRAMME

7	UE7	Stage en entreprise de 6 mois minimum (pour les demandeurs d'emploi) ou Mission professionnelle (pour les salariés en poste).	<ul style="list-style-type: none"> • Méthodologie de recherche • Rédaction d'un mémoire sur une thématique relevant du domaine marketing • Soutenance du mémoire de master devant un jury
6	UE6	Techniques de communication	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques de communication professionnelle • Le logiciel d'info-graphisme • Communication et management de projets
5	UE5	Communication, médias et hors médias	<ul style="list-style-type: none"> • Relations publiques et événementiel • Publicité (média et hors média) • Relations publiques et relations presse • Le sponsoring • Le mécénat • Le e-Marketing • La communication d'entreprise • La communication audiovisuelle
4	UE4	Etudes et analyse de la communication	<ul style="list-style-type: none"> • Etudes de marchés • Benchmarking • Etudes quantitatives • Etudes qualitatives • Analyse des données
3	UE3	Stratégie de la communication	<ul style="list-style-type: none"> • La communication intégrée • Stratégies internationales de communication • La communication Be to Be • Audit de communication
2	UE2	Marketing digital	<ul style="list-style-type: none"> • La gestion des sites, La e-réputation • Gestion de la sécurité sur internet, Le référencement • Les médias planning en ligne. • Droit à l'identité et à l'image en ligne • Le plan marketing digital
1	UE1	Stratégie Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Les fondamentaux du marketing (Définition, Démarche marketing, la dimension internationale) • Comportement du consommateur ; Stratégie de marque ; • Audit marketing ; Planification Marketing • La segmentation (les principes, les critères, les stratégies et les méthodes) • La veille marketing (systèmes d'information, veille commerciale) <p>Activités opérationnelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Techniques d'agence de communication • Projet de création d'un nouveau produit (entrepreneuriat) • Cas de synthèse • Grand Oral <p>La mission professionnelle (cadres déjà en poste) ou le stage professionnel (stagiaires) s'étale sur une durée de 6 mois minimum et se déroule au cours de l'année universitaire.</p> <p>La soutenance du mémoire professionnel pourra se dérouler en juin ou en septembre selon la décision du tuteur universitaire.</p> <p>Les cours sont dispensés les soirs de 18h30 à 20h30 et un samedi par mois de 9h à 14h. Ces horaires sont susceptibles de varier en fonction des séminaires dispensés par les professeurs internationaux.</p>

DEBOUCHES

- Chef de produit, de groupe ou de marque ;
- Chef de publicité, de groupe, directeur de clientèle ;
- Chargé(e) de communication, chargé(e) des relations publiques ;
- Responsable d'un secteur commercial, d'une zone de marché ;
- Manager métier en grande distribution ;
- Chargé(e) d'études marketing qualitatives, quantitatives ;
- Responsable marketing opérationnel ;
- Responsable webmarketing, ...



TEMOIGNAGES

"Le Master Marketing fut une expérience d'une grande richesse. J'ai aimé les échanges au sein de notre promotion, tous animés par cette envie de changement qui caractérise les stagiaires de formation continue. De nos rencontres avec des professionnels de talent et des enseignants passionnés par leur discipline, je retiendrai l'alliance des théories du management, des mises en situation et des séminaires d'expertise. Après 15 ans d'une carrière technique comme ingénieur, j'ai occupé chez Thales Alenia Space le poste de Marketing and Sales Manager sur les zones Etats-Unis et Russie. Depuis 5 ans, je travaille désormais chez AIRBUS DEFENCE AND SPACE Head Of Marketing Communication. Le Master Marketing en formation continue est un tremplin pour booster sa carrière. Bref il ouvre l'horizon."

François BRAS,

Ancien Président de l'Association des Diplômés de l'IAE
Head Of Marketing Communication

AIRBUS DEFENCE AND SPACE - MARKETING AND SALES - Promotion 2006