



Mention : Marketing Vente

M1 M2 MCRM Métiers du Conseil et de la Recherche en Marketing



PROFIL DEMANDÉ

M1 (FI)

Ouvert aux titulaires d'une Licence Bac+3 (180 crédits ECTS acquis en post bac) ou diplôme équivalent cohérent avec le cursus.

M2 (FI-FA)

Ouvert aux titulaires d'un diplôme de niveau Bac+4 (M1) ou diplôme équivalent cohérent avec le cursus.

Contrat de professionnalisation possible mais pas obligatoire, lorsque vous atteste de la signature d'un contrat (apprentissage ou professionnalisation) obligatoire. A défaut, l'étudiant pourra poursuivre ses études en formation initiale.

Critères généraux de sélection

- Motivation pour le marketing et la vente
- Mérite académique
- Pertinence du projet de poursuite d'étude
- Qualité et précision de l'expression (écrite et orale)
- Adaptabilité, ouverture, rigueur d'analyse et curiosité d'esprit
- Consistance de comportement dans les apprentissages antérieurs
- Cohérence du projet professionnel en adéquations avec les débouchés du parcours

Modalités d'examen des candidatures

Sélection sur dossier (et possiblement, avec entretien).



CANDIDATURES

En M1 : www.monmaster.gouv.fr
En M2 : www.ecandidat.univ-paris1.fr



RÉFÉRENCES ET CERTIFICATION

Code RNCP : 35907
CFA Partenaire : Formasup Paris



RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE

Jean-François LEMOINE
jean-francois.lemoine@univ-paris1.fr

ADMINISTRATION DE LA SCOLARITÉ

M1 : m1mv-ems@univ-paris1.fr
M2 : m2mcrm-ems@univ-paris1.fr

DIPLÔME DÉLIVRÉ
Master

DURÉE DES ÉTUDES
2 ans

MODALITÉ D'ENSEIGNEMENT
FI: formation initiale
FA : formation en apprentissage

OBJECTIFS :

⊕ **Développez vos compétences en conseil marketing** : Acquérez les compétences nécessaires pour conseiller efficacement les entreprises sur leurs stratégies marketing et leurs initiatives commerciales.

⊕ **Maîtrisez les techniques de recherche en marketing** : Apprenez à concevoir et à mener des recherches marketing approfondies pour identifier les opportunités et les défis du marché.

⊕ **Maîtrisez les techniques qualitatives et quantitatives de collecte et d'analyse des données en marketing** utiles à la formulation de recommandations managériales.

⊕ **Renforcez votre capacité stratégique dans le domaine du marketing**

Stimulez votre capacité d'analyse pour développer des solutions marketing digital et adaptées aux besoins des clients.



MÉTIERES :

- **Consultant en Marketing** : Conseil stratégique aux entreprises sur leurs stratégies marketing et initiatives commerciales.
- **Responsable de l'expérience client**
- **Digital web analyst**
- **Consumer Insight Manager**
- **Responsable de la qualité des data**
- **Chef de projet marketing**
- **Analyste marketing**
- **Responsable Recherche Marketing** : Conduite de recherches approfondies pour comprendre les besoins
- **Responsable Produits**: Développement de nouvelles approches marketing et mise en œuvre de projets innovants.

EM-S : UNE ÉCOLE UNIVERSITAIRE DE MANAGEMENT

L'École de Management de la Sorbonne est une unité académique reconnue qui forme les futurs leaders et professionnels dans les domaines de la gestion et du management. L'EM-S propose une gamme complète de programmes reconnus allant de la Licence au Master, alliant enseignements théoriques rigoureux et une ouverture sur le monde professionnel.

ACCOMPAGNEMENT PROFESSIONNEL DES ÉTUDIANTS

Grâce à un corps professoral expérimenté (80 enseignants permanents et plus de 550 intervenants professionnels) et à des partenariats étroits avec le monde professionnel, l'UFRO6 prépare ses étudiants à exceller dans les domaines des sciences de gestion et du management.



Mention : Marketing Vente

M1 M2 MCRM Métiers du Conseil et de la Recherche en Marketing



Master 1

| Intitulé des UE et des éléments pédagogiques (EP) | Volume horaire encadré | | Evaluation | | |
|---|---|------------|--------------|------|-----------|
| | CM | TD | Coef. | ECTS | |
| Semestre 1 | | | | | |
| UE 1 : Compétences fondamentales et savoirs hautement spécialisés 1 | | | | | |
| Cours obligatoire | Stratégie d'entreprise | 36 | 16,5 | 4 | 4 |
| Cours obligatoire | Droit du travail | 36 | 16,5 | 4 | 4 |
| Cours obligatoire | Technique d'enquête en management | 36 | 16,5 | 5 | 5 |
| UE 2 : Compétences fondamentales et mise en œuvre de pratiques marketing | | | | | |
| Cours obligatoire | Publicité et marketing communication | 36 | 16,5 | 5 | 5 |
| Cours obligatoire | Big data | 36 | 0 | 4 | 4 |
| UE 3 : Enseignements de professionnalisation (choisir 2 cours) | | | | | |
| Cours optionnel | Négociation commerciale | 24 | 0 | 3 | 3 |
| Cours optionnel | Droit de la concurrence | 36 | 0 | 3 | 3 |
| Cours optionnel | Recherche en management | 36 | 0 | 3 | 3 |
| Cours optionnel | Evaluation et gestion de projet | 36 | 0 | 3 | 3 |
| Cours optionnel | Processus et outils RH | 36 | 0 | 3 | 3 |
| Cours optionnel | Finance de marché et gestion d'actifs | 36 | 16,5 | 3 | 3 |
| Cours optionnel | Relations professionnelles | 36 | 0 | 3 | 3 |
| Bonus | Activités sportives, culturelles, engagement citoyen, LV2 (autre que LV1) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| UE4 Enseignements transversaux | | | | | |
| Cours obligatoire | Anglais de gestion | 0 | 18 | 2 | 2 |
| Cours obligatoire | Professionalisation | 6 | 0 | VAL | 0 |
| Cours obligatoire | Grands enjeux du management (cycle de conférences) | 0 | 12 | VAL | 0 |
| Cours obligatoire | Fondamentaux de la méthodologie académique et recherche | 12 | 0 | VAL | 0 |
| Cours optionnel | Bonus Certification TOSA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 270 | 112,5 | | 30 |
| Volume horaire étudiant | | 270 | 112,5 | | |

| Semestre 2 | | | | | |
|--|---|------------|--------------|-------|--------------|
| UE 1 : Compétences fondamentales et savoirs hautement spécialisés 2 | | | | | |
| Cours obligatoire | Système d'information et informatique | 36 | 33 | 5 | 5 |
| Cours obligatoire | Marketing et interfaces digitales | 36 | 0 | 5 | 5 |
| Cours obligatoire | Expertise statistique en marketing | 20 | 0 | 4 | 4 |
| Cours obligatoire | Supply chain management | 36 | 0 | 3 | 3 |
| UE 3 : Enseignements de professionnalisation (choisir 2 cours) | | | | | |
| Cours optionnel | Fiscalité de l'entreprise | 36 | 16,5 | 3 | 3 |
| Cours optionnel | Strategic human resource management | 36 | 0 | 3 | 3 |
| Cours optionnel | Planification et contrôle | 36 | 16,5 | 3 | 3 |
| Cours optionnel | Techniques quantitatives de gestion | 36 | 0 | 3 | 3 |
| Cours optionnel | Politique de réglementation et concurrence | 36 | 0 | 3 | 3 |
| Cours optionnel | Théorie des organisations | 36 | 0 | 3 | 3 |
| UE 4 : Transversale | | | | | |
| Cours obligatoire | Anglais de gestion | 0 | 18 | 3 | 3 |
| Cours obligatoire | Grands enjeux du management (cycle de conférences) | 0 | 12 | 0 | 0 |
| Cours obligatoire | Outils, IA et management | 12 | 0 | 0 | 0 |
| Cours obligatoire | Mémoire (rattaché d'étonnement ou de pré-professionalisation) | 0 | 0 | 4 | 4 |
| Cours optionnel | Bonus Certification TOEIC | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cours optionnel | Stage en entreprise | 0 | 0 | Bonus | en M2 |
| Bonus | Activités sportives, culturelles, engagement citoyen, LV2 (autre que LV1) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 356 | 96 | | #REF! |
| Volume horaire étudiant | | 356 | 96 | | |
| Total annuel | | 626 | 208,5 | | 60 |
| Volume horaire annuel étudiant | | 626 | 208,5 | | |

Master 2

| Intitulé des UE et des éléments pédagogiques (EP) | Volume horaire encadré | | Evaluation | | |
|--|--|------------|------------|------|-----------|
| | CM | TD | Coef. | ECTS | |
| Semestre 3 | | | | | |
| UE 1 : Compétences fondamentales et savoirs hautement spécialisés | | | | | |
| Cours obligatoire | Techniques d'analyse des données qualitatives | 20 | 0 | 4 | 4 |
| Cours obligatoire | Techniques de collecte des données | 36 | 0 | 8 | 8 |
| Cours obligatoire | Marketing digital | 36 | 0 | 7 | 7 |
| Cours obligatoire | Comportement du consommateur et de l'internaute | 36 | 0 | 7 | 7 |
| UE 2 : Usage des outils numériques avancés | | | | | |
| Cours obligatoire | Data Science | 24 | 0 | 4 | 4 |
| UE 3 : Ateliers de professionnalisation | | | | | |
| Cours obligatoire | Ateliers de professionnalisation et mise en œuvre des études 1 | 0 | 84 | Val | 0 |
| Total | | 152 | 84 | | 30 |
| Volume horaire étudiant | | 152 | 84 | | |

| Semestre 4 | | | | | |
|--|--|------------|------------|-----|-----------|
| UE 1 : Conception et pilotage de solutions en marketing | | | | | |
| Cours obligatoire | Techniques d'analyse des données quantitatives | 25 | 0 | 4 | 4 |
| Cours obligatoire | Conseil en stratégie marketing | 25 | 0 | 3 | 3 |
| Cours obligatoire | Conseil en marketing sectoriel | 20 | 0 | 3 | 3 |
| UE 2 : Ateliers de professionnalisation | | | | | |
| Cours obligatoire | Ateliers de professionnalisation et mise en œuvre des études 2 | 0 | 84 | Val | 0 |
| Cours obligatoire | Conférences professionnelles | 18 | 0 | 0 | 0 |
| UE 3 : Mémoire et grand oral | | | | | |
| Cours obligatoire | Mémoire | 0 | 0 | 6 | 6 |
| Cours obligatoire | Stage | 0 | 0 | 6 | 6 |
| Cours obligatoire | Grand Oral | 0 | 0 | 8 | 8 |
| Total | | 88 | 84 | | 30 |
| Volume horaire étudiant | | 172 | | | |
| Total annuel | | 240 | 168 | | 60 |
| Volume horaire annuel étudiant | | 408 | | | |

CAP SUR L'INSERTION PROFESSIONNELLE !

À l'EM-S, la professionnalisation professionnelle est au cœur de nos préoccupations. Des partenariats solides avec les CFA (Formasup Paris et Numia) et les entreprises offrent aux étudiants des opportunités de stages, de césures et/ou de parcours en alternance (contrat d'apprentissage et de professionnalisation). 96% des étudiants ont trouvé leur 1er emploi dans les 6 mois après l'obtention du diplôme de M2. Salaire brut annuel moyen en sortie de M2 à l'EM-S : entre 34-45 K€. L'Association Alumni EM Sorbonne propose un réseau actif d'anciens étudiants, par des opportunités de mentorat, des événements de réseautage, des conférences thématiques et l'accès à un annuaire des anciens, favorisant ainsi le développement de leur carrière et le maintien de liens solides avec l'université.

VIVEZ L'EXPÉRIENCE ASSOCIATION À L'EM-S

L'engagement des étudiants dans la vie universitaire associative permet de développer des compétences qui contribuent à l'épanouissement personnel des étudiants et à leur engagement citoyen. Nombreuses sont les Associations de filières, plus particulièrement en Master, qui offrent des services et des opportunités adaptés aux besoins spécifiques des étudiants de leur parcours de formation, tout en favorisant leur développement académique et professionnel. Également, sont proposés la Sorbonne Junior Conseil pour la réalisation de mission et le Club des Entrepreneurs de la Sorbonne pour promouvoir l'esprit d'entreprendre. L'EM-S compte aussi sur un partenariat fidèle et solide avec l'Association AGP1, qui organise tout au long de l'année universitaire divers événements pour dynamiser la vie étudiante.

