



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.



MÉTIERS :

- **Consultant en Marketing** : Conseil stratégique aux entreprises sur leurs stratégies marketing et initiatives commerciales.
- **Responsable de l'expérience client** : Conception et optimisation des parcours clients pour renforcer la satisfaction et la fidélisation.
- **Digital Web Analyst** : Analyse des performances digitales et des comportements en ligne pour optimiser les stratégies numériques.
- **Consumer Insight Manager** : Étude des attentes et comportements des consommateurs pour orienter les décisions marketing et stratégiques.
- **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.
- **Chef de Projet Marketing** : Gestion et coordination des campagnes marketing, de la conception à l'exécution, pour atteindre les objectifs commerciaux.

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 (rapport 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		88	84		
Total annuel		240	168		60
Volume horaire annuel étudiant		240	168		

CAP SUR L'INSERTION PROFESSIONNELLE !

A 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'EXPIÉRIENCE 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.

