

**IAE**  
NANCY

SCHOOL  
OF  
MANAGEMENT



ÉCOLE UNIVERSITAIRE  
DE MANAGEMENT

# MASTER MARKETING & GESTION COMMERCIALE

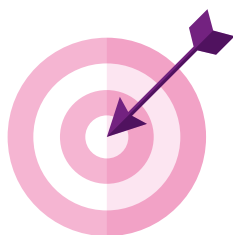


**IAE FRANCE**  
Écoles Universitaires  
de Management



**BSIS**  
BUSINESS SCHOOL  
**IMPACT**  
SYSTEM

# Objectifs de la formation



La spécialité « Marketing et Gestion Commerciale » est une formation généraliste préparant aux différents métiers du marketing (voir section « Débouchés »). Elle propose également un parcours recherche pour les étudiants souhaitant s'orienter vers une carrière d'enseignant-chercheur.



L'accent mis sur la dimension internationale conduit à une augmentation des cours enseignés en anglais, notamment en M2. Par ailleurs, les étudiants de M1 inscrits en formation initiale ont la possibilité de réaliser leur stage ou une partie de la formation à l'étranger grâce à de nombreux partenariats. Une année de césure peut également être envisagée.



La formation entretient des liens étroits avec l'environnement socio-économique. Ceci se traduit aussi bien par la réception d'offres de contrats de professionnalisation ou de contrats d'apprentissage que par des visites d'entreprises ou des cours réalisés en interaction directe avec des organisations publiques ou privées sur des problématiques rencontrées dans leur domaine d'activité. L'association du diplôme, « Market'us », participe également à faire vivre les liens entre les étudiants et les anciens diplômés.



## MASTER 1

FI FORMATION INITIALE

FA FORMATION EN ALTERNANCE

FC FORMATION CONTINUE

La première année (M1) peut se faire en formation initiale ou en alternance par le biais d'un contrat de professionnalisation. Elle propose une formation aux fondements du marketing et aux méthodes de gestion qu'un cadre supérieur doit nécessairement maîtriser.

La spécialité « Marketing et Gestion Commerciale » est également accessible en formation continue pour les salariés ou demandeurs d'emploi pouvant faire valoir un certain nombre d'acquis professionnels en rapport avec la formation.

## MASTER 2

FA FORMATION EN ALTERNANCE

FC FORMATION CONTINUE

La seconde année (M2) se fait obligatoirement en alternance par le biais d'un contrat de professionnalisation, permettant ainsi à l'étudiant d'intégrer pleinement le monde professionnel et de bénéficier d'une véritable association de la théorie et de la pratique. Le M2 accorde une place particulière à la dimension internationale et à la communication y compris la communication digitale - dimensions devenues aujourd'hui incontournables.

La spécialité « Marketing et Gestion Commerciale » est également accessible en formation continue pour les salariés ou demandeurs d'emploi pouvant faire valoir un certain nombre d'acquis professionnels en rapport avec la formation.

# Débouchés



Les diplômés occupent des responsabilités variées dans différents secteurs : **industrie, grande distribution, communication, banque, assurance, ...**

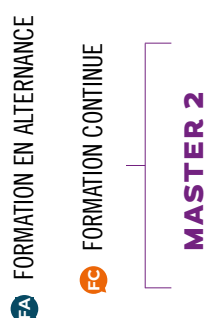
*Chargé de marketing / Chef de projets  
marketing digital / Chargé de communication  
/ Chef de groupe / Chargé de clientèle /  
Responsable commercial régional / Responsable  
distribution digitale et gestion base de données  
/ Responsable de secteur / Chef de publicité /  
Community manager...*

# Conditions d'admission



Le master 1 est ouvert à tous les étudiants titulaires d'une Licence y compris de disciplines qui peuvent paraître éloignées des sciences de gestion (sciences humaines, lettres, sciences de la vie et de la terre, sciences de l'ingénieur...)

**Formation Continue** : Accès sur dossier + entretien pour les professionnels en activité ou relevant de la Validation des Acquis Professionnels et Personnels (VAPP - loi 1985) ou de la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE) : sur décision du jury.



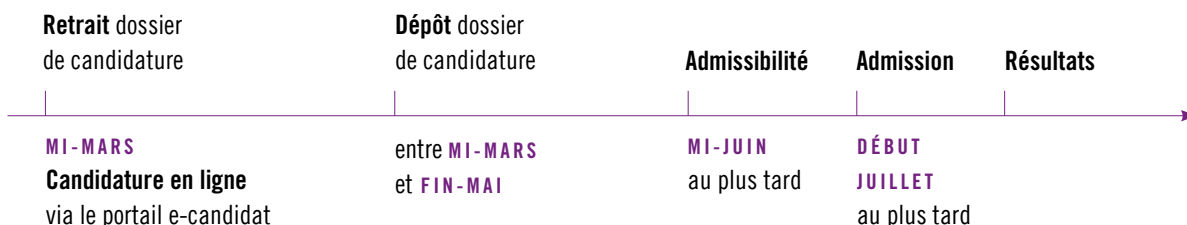
Le master 2 est ouvert aux titulaires ou futurs titulaires d'un diplôme équivalent à au moins quatre années d'études supérieures (240 ECTS) et ayant de solides bases en marketing.

**Formation Continue** : Accès sur dossier + entretien pour les professionnels en activité ou relevant de la Validation des Acquis Professionnels et Personnels (VAPP - loi 1985) ou de la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE) : sur décision du jury.



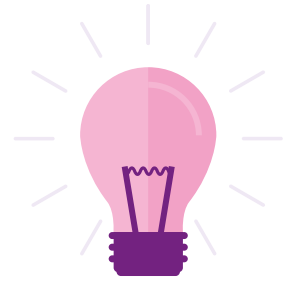
Le recrutement se fait sur dossier puis sur entretien pour les candidats admissibles. En master 2, l'admission définitive est conditionnée par la signature d'un contrat de professionnalisation ou d'un contrat d'apprentissage avec une entreprise.

**MASTER 1**  
**MASTER 2**



LES DATES ET MODALITÉS D'ACCÈS SONT DÉTAILLÉES CHAQUE ANNÉE AVEC LE DOSSIER DE CANDIDATURE ET SUR LE SITE INTERNET DE L'IAE NANCY.

# Programme des cours



La formation est organisée sur le rythme de l'alternance. Hormis quelques semaines dans l'année, les journées de formation ont lieu les lundis et mardis, de septembre à avril. Les étudiants de M1 inscrits en formation initiale devront réaliser obligatoirement un stage long d'au moins 16 semaines.

## MASTER 1



Cours dispensé en anglais  
(susceptible d'être sujet à modifications)

| SEMESTRE 7                                                        | ECTS | CM   | TD   |
|-------------------------------------------------------------------|------|------|------|
| <b>UE 701 COMPRENDRE LES ACTIONS INDIVIDUELLES ET COLLECTIVES</b> | 6    |      |      |
| Approfondissement du comportement du consommateur                 |      | 20h  | 5h   |
| Organizational theory                                             |      | 20h  | 5h   |
| <b>UE 702 ÉTUDIER ET ANTICIPER LE MARCHÉ</b>                      | 6    |      |      |
| Etudes de marché                                                  |      | 20h  | 5h   |
| Prévision des ventes                                              |      | 20h  | 5h   |
| <b>UE 703 GÉRER LES INTERACTIONS</b>                              | 6    |      |      |
| Management de la force de vente                                   |      | 20   | 5h   |
| B2B marketing and purchasing                                      |      | 20   | 5h   |
| <b>UE 704 ANALYSE DES DONNÉES</b>                                 | 6    |      |      |
| Traitement de données qualitatives                                |      | 20   | 5h   |
| Analyses de données quantitatives                                 |      | 20   | 5h   |
| <b>UE 705 RECHERCHE APPLIQUÉE</b>                                 | 6    |      |      |
| Gestion de projets                                                |      | 20h  | 10h  |
| Anglais                                                           |      |      | 24h  |
| SEMESTRE 8                                                        | ECTS | CM   | TD   |
| <b>UE 801 MAITRISER LES OUTILS MARKETING</b>                      | 6    |      |      |
| Strategic marketing                                               |      | 20h  | 5h   |
| Marketing opérationnel                                            |      | 20h  | 5h   |
| <b>UE 802 APPRÉHENDER LES INTERACTIONS MARKETING ET GESTION</b>   | 6    |      |      |
| Marketing et finance                                              |      | 20h  | 5h   |
| Marketing et systèmes d'informations                              |      | 20h  | 5h   |
| <b>UE 803 APPROCHES ALTERNATIVES DU MARKETING</b>                 | 6    |      |      |
| Simulation et décisions marketing                                 |      | 20h  | 5h   |
| Marketing social                                                  |      | 20h  | 5h   |
| <b>UE 804 APPLIQUER DES OUTILS TRANSVERSAUX</b>                   | 6    |      |      |
| Communication d'entreprise et infographie                         |      | 20h  | 5h   |
| Méthodologie de la recherche                                      |      | 20h  | 5h   |
| <b>UE 805 ACCOMPAGNEMENT D'ATELIERS PRO</b>                       | 6    |      |      |
| Stage/mémoire                                                     |      |      |      |
| Anglais                                                           |      |      | 24h  |
| Total heures étudiant                                             |      | 340h | 138h |

## MASTER 2

Cours dispensé en anglais  
(susceptible d'être sujet à modifications)

| SEMESTRE 9                                                          | ECTS | CM   | TD   |
|---------------------------------------------------------------------|------|------|------|
| <b>UE 901 INITIATION À LA RECHERCHE</b>                             | 6    |      |      |
| Conduite d'un projet de recherche                                   |      | 20h  |      |
| Pratiques professionnelles                                          |      | 20h  |      |
| <b>UE 902 INTERNATIONAL MARKET ANALYSIS</b>                         | 6    |      |      |
| International environment                                           |      | 12h  | 3h   |
| International market research                                       |      | 12h  | 3h   |
| International negotiation                                           |      | 12h  | 3h   |
| <b>UE 903 INTERNATIONAL MARKETING PLAN</b>                          | 6    |      |      |
| International marketing strategy                                    |      | 16h  | 4h   |
| Planning, budgeting and controlling the international marketing mix |      | 16h  | 4h   |
| <b>UE 904 INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION</b>                    | 6    |      |      |
| Below the line communication                                        |      | 12h  | 3h   |
| Communication média                                                 |      | 12h  | 3h   |
| Evaluating communication performance                                |      | 12h  | 3h   |
| <b>UE 905 COMMUNICATION DIGITALE ET MOBILE</b>                      | 6    |      |      |
| Communication digitale                                              |      | 16h  | 4h   |
| Marketing mobile                                                    |      | 16h  | 4h   |
| SEMESTRE 10                                                         | ECTS | CM   | TD   |
| <b>UE 1006 STRATÉGIE DE DISTRIBUTION</b>                            | 6    |      |      |
| Gestion des canaux de distribution                                  |      | 16h  | 4h   |
| Trade marketing                                                     |      | 16h  | 4h   |
| <b>UE 1007 MARKETING RELATIONNEL ET SENSORIEL</b>                   | 6    |      |      |
| Marketing sensoriel et expérientiel                                 |      | 16h  | 4h   |
| Marketing relationnel                                               |      | 16h  | 4h   |
| <b>UE 1008 MARKETING INNOVANT ET RESPONSABLE</b>                    | 6    |      |      |
| Innovation marketing                                                |      | 16h  | 4h   |
| Marketing durable                                                   |      | 16h  | 4h   |
| <b>UE 1009 CONDUITE DE PROJETS</b>                                  | 12   |      |      |
| Projet de fin d'études                                              |      |      | 30h  |
| Mémoire                                                             |      | 10h  | 20h  |
| Total heures étudiant                                               |      | 282h | 108h |

# Renseignements pratiques

## TARIFS

**FI** FORMATION INITIALE

### *Frais d'inscription universitaire*

**6000 €**

Pour les contrats financés par des entreprises, des organismes

**FC** FORMATION CONTINUE

**3000 €**

pour les contrats financés directement par les auditeurs  
+ Frais d'inscription universitaire

7

## CONTACTS

### Gestionnaire de scolarité Informations candidats, étudiants

#### MASTER 1

iae-nancy-scolaritem1mktg-contact  
@univ-lorraine.fr  
03 72 74 16 49

#### MASTER 2

iae-nancy-scolaritem2mktg-contact  
@univ-lorraine.fr  
03 72 74 16 49

### Responsables pédagogiques

#### MASTER MARKETING & VENTE

BJÖRN WALLISER

#### MASTER 1

GÉRALDINE THEVENOT  
geraldine.thevenot@univ-lorraine.fr

#### MASTER 2

JEAN-PHILIPPE NAU  
jean-philippe.nau@univ-lorraine.fr

### Service Formation Continue

#### Responsable

ÉVELYNE BARTH  
evelyne.barth@univ-lorraine.fr  
03 72 74 16 43

### Service Relations Entreprises & Organisations Insertion Professionnelle

#### Responsable

ANNE-SOPHIE PETITJEAN  
anne-sophie.petitjean@univ-lorraine.fr

#### Stage, contrat d'apprentissage

OPHÉLIE ROUX  
ophelie.roux@univ-lorraine.fr  
03 72 74 16 52

#### Dépôt des offres sur

iae-nancy.jobteaser.com/fr/recruiter\_  
account/job-offers  
AURÉLIE LINDEKENS  
aurelie.lindekens@univ-lorraine.fr  
03 72 74 16 93

**CAMPUS ARTEM**

90 RUE DU SERGENT BLANDAN  
BP 70618  
54010 NANCY CEDEX  
03 72 74 17 30

**CAMPUS MANUFACTURE**

13 RUE MICHEL NEY  
BP 90862  
54011 NANCY CEDEX  
03 72 74 16 40

**IAE-NANCY.UNIV-LORRAINE.FR**

     @IAENancy