

Management et Commerce International

Master 1&2 Intelligence Marketing et Stratégie Commerciale à l'International Master 1&2 Marketing Intelligence and International Sales Strategy (MISS)

Formation Initiale | Formation Continue | Contrat Pro

Former des Business Developer et Social Seller 4.0 avec une triple compétence :
Technologique / scientifique, organisation commerciale et expertise internationale afin
d'œuvrer dans le monde disruptif actuel.

Présentation et objectifs

L'objectif de ce master est de former des Business Developer et Social Seller 4.0, préparés au nouveau contexte de distribution des produits et des services, avec une vision internationale. Dans un monde disruptif, le comportement des acheteurs évolue (le schéma décisionnel est impacté avec des prises de décisions ultra rapides par exemple). Celui des chargés d'affaires évolue également (recours plus systématique aux outils digitaux, nécessité de s'adapter aux profils de ce type d'acheteurs, de proposer des solutions en temps réels innovantes...). Ces profils traditionnels disparaissent pour laisser place à de nouveaux métiers et de nouvelles fonctions : les Business Developer et Social Sellers.

Dans ce contexte, l'une des compétences clés sera de maîtriser et de savoir utiliser la masse d'informations disponibles afin d'optimiser le ciblage et la segmentation de clients / prospects, d'optimiser les présentations via la digitalisation des supports, de maîtriser les processus de vente complexes, de réaliser une politique de prix optimale et bien entendu, d'imaginer pour les clients des solutions et des propositions innovantes.

Le titulaire du Master sera en mesure :

- D'agir et de s'adapter dans un contexte international, globalisé, dans le cadre de ventes complexes et disruptives,
- De traiter et d'analyser, dans une optique de mise en marché des produits, l'ensemble des données à sa disposition (big data), en vue d'adapter son offre et son comportement tout au long du processus,
- De mettre en place une action ciblée, en mobilisant l'ensemble des vecteurs de communication digitale (notamment social selling) et en produisant du contenu (content marketing).

Conditions de recrutement et profil des étudiants

Ce programme s'articule en 4 semestres répartis sur deux ans (une année de césure entre le M1 et le M2 est possible). Il est ouvert aux étudiants en formation initiale et en formation par alternance (contrat de professionnalisation). Le semestre 1 est un tronc commun aux différents Masters de l'IAE, le semestre 2 est réalisé à l'étranger dans l'une de nos universités partenaires. La deuxième année du master (tous les enseignements sont en anglais) permet une forte spécialisation professionnelle et se termine par un stage à l'international. Ce parcours est adapté pour les étudiants en alternance. S'ils ne peuvent partir à l'étranger, ils suivront en S2 les enseignements mutualisés, proposés par l'IAE pour certains de ses Masters.

Profil des étudiants

Niveau bac + 3 (180 ECTS), de préférence dans un domaine autre que la gestion et le management. Profils scientifiques, technologiques en priorité, sciences humaines (LEA, histoire géographique, sociologie, etc.) et tout autre profil atypique. Une appétence pour les médias digitaux, les réseaux sociaux... est nécessaire de même qu'une certaine ouverture au contexte international et aux cultures étrangères.

INFORMATIONS

Les dossiers de candidature sont à télécharger à partir du **12 Avril 2018** sur le site de l'IAE :
<http://bit.ly/candidater-IAE>

Les dossiers complets devront être envoyés dès que possible à l'adresse suivante :

recrutement.iae@univ-montp2.fr
du **13 avril 2018** au **9 juin 2018**.

Nombre de places 15

Pré-recrutement

- Dossier de candidature examiné par une commission pédagogique
- CV détaillé
- Lettre de motivation
- Relevés de notes des 3 années précédentes
- Copies de vos diplômes après le BAC
- Attestation du niveau d'anglais

CONTACT

Responsable pédagogique :
Christophe Fournier

MOTS CLÉS

Intelligence marketing; big data; social selling; content marketing; vente complexe; BtoB; commercial, disruption.

POURSUITE D'ÉTUDES

L'étudiant a la possibilité de poursuivre ses études par un doctorat en Sciences de Gestion.

Conditions d'accès ou prérequis

- 📌 L3 validée ou équivalent (soit 180 ECTS validés).
- 📌 Une 1ère expérience à l'étranger, même de courte durée (stage, suivi d'enseignement en anglais, semestre ou emploi) est appréciée.
- 📌 Un excellent niveau en anglais certifié est impératif : TOEFL : 80 * TOEIC : 750 * IELTS : 6,5* Test européen : B2*
* Ces scores sont des minima pour intégrer le Master, ils ne donnent pas forcément accès à toutes les universités étrangères.
- 📌 Une 2ème voire 3ème langue étrangère est un plus.

Recrutement des étudiants

Constitution du dossier de recrutement

Dossier de candidature

- 📌 un CV en anglais ou en français
- 📌 une lettre de motivation rédigée en anglais

- 📌 les relevés de notes post-bac
- 📌 les attestations des niveaux de langues
- 📌 les copies des diplômes après le bac
- 📌 une mini vidéo de 2 minutes maximum où chaque candidat se présente en anglais, en répondant à la question suivante :
« Why do you apply for this master? »

Programme des enseignements

Ce master est organisé en 4 semestres répartis sur 2 années.

Le semestre 2 se réalise à l'étranger dans l'une de nos universités partenaires (adaptation pour les personnes en alternance).

De même en S4, le stage s'effectue à l'étranger. Les enseignements de la 2nde année sont totalement en anglais.

Semestre 1		30 ECTS
UE1	Organisation et Économie	5 ECTS 36h
UE2	Système d'Information et Comptable	5 ECTS 36h
UE3	Marketing	5 ECTS 36h
UE4	Finance	5 ECTS 36h
UE5	Informatique de Gestion	5 ECTS 36h
UE6	Management des Ressources Humaines	5 ECTS 36h

Semestre 3		30 ECTS
UE1	Marketing intelligence and Performance Management	5 ECTS 36h
UE2	Implementation of a Customer Centric Strategy	5 ECTS 36h
UE3	New Business Models Implementation	5 ECTS 36h
UE4	Value Creation for Customers in a Global World	5 ECTS 36h
UE5	Competition in a Global Environment	5 ECTS 36h
UE6	English Language	5 ECTS 36h

Semestre 2 à l'étranger		30 ECTS
Pour les étudiants en alternance, ne partant pas à l'étranger, les cours suivants sont proposés :		
UE1	Stratégie et Intelligence	5 ECTS 36h
UE2	Ingénierie Financière	5 ECTS 36h
UE3	Stratégie Marketing Digital	5 ECTS 36h
UE4	Traitement de l'Information	5 ECTS 36h
UE5	Négociation / Communication Vente	5 ECTS 36h
UE6	Anglais	5 ECTS 36h

Semestre 4		30 ECTS
UE1	Negotiation & Sales in a Complex Environment	5 ECTS 36h
UE2	Collaborative Management	5 ECTS 36h
UE3	Simulation Game	5 ECTS 36h
UE4	Stage entre 4 et 6 mois à l'étranger (ou en France si alternance)	15 ECTS

Poursuite d'études

L'étudiant a la possibilité de poursuivre ses études par un doctorat en Sciences de Gestion.

Carrières et métiers

Social Seller, Business Developer, Spécialiste de la vente complexe, Responsable de Comptes Clés, Apporteur d'affaires.

Document non contractuel / Sous réserve d'autorisation d'ouverture

