

Marketing vente distribution – International

Marketing vente

Objectifs

L'objectif du parcours à l'international est de :

- Compléter des connaissances et compétences métiers solides en Entrepreneuriat et management de projet, Gestion des ressources humaines, Marketing-vente ou administration des entreprises (selon le master choisi) par des connaissances et compétences en management international
- Pouvoir prétendre à une carrière internationale ou en lien avec l'international (marchés étrangers, équipes internationales, export, etc.)

Un apprentissage ouvert sur le monde :

- Une Développer une ouverture interculturelle
- Enrichir ses connaissances par des approches et méthodes différentes
- Mieux appréhender les marchés étrangers
- Acquérir une excellente maîtrise de l'anglais du management et de son domaine d'expertise

Compétences

Les diplômés du parcours international des Master GRH, MVD, EMP et MAE seront à même de :

- D'exercer leur métier dans un contexte international, sur des marchés étrangers et/ou avec des interlocuteurs étrangers
- De développer des plans d'action à l'international
- De gérer des équipes multiculturelles et de s'y insérer
- De travailler en anglais

Conditions d'accès

Baccalauréat + 3/4

Organisation

Modalités de formation

FORMATION INITIALE

FORMATION CONTINUE

EN ALTERNANCE

Informations pratiques

Lieux de la formation

Institut d'Administration
des Entreprises

Contacts Formation Initiale

Anaïs Pennognon

03 22 82 71 44

scolarite-iae@u-picardie.fr

Plus d'informations

Institut d'Administration des
Entreprises

Pôle Universitaire Cathédrale,
10 Placette Lafleur – BP 2716
80027 Amiens Cedex 1
France

<https://iae.u-picardie.fr/>

Organisation

Le master 1 est réalisé intégralement à l'étranger chez un partenaire Erasmus de l'IAE (voir liste sur le site UPJV, rubriques « Étudier à l'international »)

Le contrat d'études, établi avec le responsable de la mobilité internationale de l'IAE, comprend :

Une UE de management international ou interculturel (quand proposée)

Une UE d'apprentissage de la langue locale (quand proposée)

Le reste des UE doit correspondre au mieux à celles proposées en MI du master choisi (UE fondamentales et transversales en management pour le MAE)

Le master 2 est dédié à la spécialisation dans le domaine du master choisi (cf. fiche spécifique)

Certains cours sont enseignés en anglais et une certification est proposée

L'année de M2 peut être effectuée en alternance avec un rythme d'une semaine en formation / une semaine en entreprise (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation)

Volume horaire : Se reporter à la fiche spécifique du master choisi. - Crédits 120 ECTS

Période de formation

De septembre à juin

Stage de 4 mois minimum

Contrôle des connaissances

Contrôle continu et/ou examens terminaux.

Responsable(s) pédagogique(s)

Sophie Changeur

sophie.changeur@u-picardie.fr

Programmes

SEMESTRE 1 MASTER 1 MARKETING VENTE INTERNATIONAL	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS MASTER 1 SEMESTRE 1					
UE1 ANGLAIS DU MANAGEMENT	35		35		3
UE2 APPROFONDISSEMENT STATISTIQUE, INFORMATIQUE ET NUMERIQUE	35	25	10		3
UE6 ANALYSE DES TENDANCES DE CONSOMMATION	21	15	6		3
UE4 COMPORTEMENT ORGANISATIONNEL ET MANAGEMENT D'EQUIPE	28	20	8		3
UE8 DROIT DE LA CONSOMMATION, DE LA CONCURRENCE ET MARQUES	21	15	6		3

UE7 DE L'IDEE AU MARCHÉ IDEATION CREATIVITE FILTRAGE, NV PDT	28	20	8		6
UE3 MANAGEMENT DE PROJETS	21	15	6		3
UE9 MARKETING INTERNATIONAL ET INTERCULTUREL	21	15	6		3
UE5 STRATEGIE MARKETING - SERIOUS GAME	35	25	10		3

SEMESTRE 2 MASTER 1 MARKETING VENTE INTERNATIONALE	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS MASTER 1 SEMESTRE 2					
UE5 ANALYSE DES DONNEES ET DATAMINING	35	25	10		3
UE4 CONTROLE DE GESTION	28	20	8		3
UE8 GESTION DE LA RELATION CLIENT	28	20	8		3
UE1 INITIATION A LA RECHERCHE ET METHODES D'ENQUETES	21	15	6		3
UE7 MARKETING DIGITAL EN PRATIQUES	70	50	20		6
Création de Contenus Print et Web	14	10	4		1
Gestion de projet marketing digital	21	15	6		
Mesure de performance webmarketing	14	10	4		1
Outils avancés : web et eCommerce					2
UE2 PROJET DE SPECIALITE	14		14		6
UE6 STRATEGIE DE DISTRIBUTION ET TRADE MARKETING	35	25	10		3
UE3 STRATEGIE ORGANISATIONNELLE	28	20	8		3

VET MIROIR MASTER 2 MARKETING VENTE DISTRIBUTION INTERNATIONALE	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS MASTER 2					
UE1 CROSS CULTURAL BUSINESS ET CERTIFICATION	21	15	6		3
UE7 COMMUNICATION DIGITALE ET MULTICANALE	28	20	8		3
UE11 COMMERCE CONNECTE (E-COMMERCE ET M-COMMERCE)	21	15	6		3
UE2 DEVELOPPEMENT PERSONNEL ET PROFESSIONNEL	28	20	8		3
UE4 FONCTION CHEF DE PRODUIT MARKETING	35	25	10		6
UE5 GESTION DES MARQUES	28	20	8		3
UE3 GESTION DE PROJET MARKETING	42	30	12		6
UE8 MANAGEMENT COMMERCIAL	35	25	10		3
UE13 MARKETING DIGITAL ET DES SERVICES : PILOTAGE ET					

APPLICA	21	15	6		3
UE14 MEMOIRE DE FIN D'ETUDES					15
UE9 MARKETING AU POINT DE VENTE ET MARKETING EXPERIENTIEL	35	25	10		3
UE6 METHODES DE RECHERCHE D'ANALYSE AVANCEES QUALITATIVES ET	28	20	8		3
UE12 PILOTAGE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE ET FINANCIERE	28	20	8		3
UE10 SUPPLY CHAIN ET LOGISTIQUE	21	15	6		3

A savoir

Niveau d'entrée : Niveau II (Licence ou maîtrise universitaire)

Niveau de sortie : Niveau I (supérieur à la maîtrise)

Conditions d'accès FC

- Étudiants en formation initiale, titulaire d'un diplôme bac 3/4
- Personnes en reprise d'études, Salariés, demandeurs d'emploi, VAP ou VAE, ...

Calendrier et période de formation FC

Se reporter à la fiche spécifique du master choisi.

Références et certifications

Codes ROME : M - Support à l'entreprise

Contacts Formation Continue

Kaoutar Aissani

[03 22 82 71 44](tel:0322827144)

fc-iae@u-picardie.fr

Le 16/03/2025