Master Marketing, Vente parcours Ingénieur d'Affaires et Stratégies Durables (IASD)

Master Marketing et Vente

ECTS
120 crédits

Durée
2 années, 4 semestres

Composante
UHA Business School

Campus - Ville
Grillenbreit - Colmar

Présentation

Le Master Marketing Vente, parcours Ingénieur d'Affaires et Stratégies Durables (IASD), a pour objectif de former des cadres capables de concevoir, mettre en œuvre et piloter des stratégies d'affaires complexes intégrant les enjeux contemporains de durabilité, d'innovation, d'internationalisation et de transformation numérique.

Il vise à développer des compétences avancées en stratégie marketing, gestion commerciale, négociation BtoB, ingénierie de projets, management d'équipes et intégration de la RSE dans les modèles d'affaires.

La formation prépare les étudiants à occuper des fonctions de responsabilité dans des environnements économiques caractérisés par une forte complexité, une accélération des transitions et la nécessité de maîtriser des approches globales et interdisciplinaires.

La formation est accessible en apprentissage (M1 et M2). L'emploi du temps est ainsi organisé pour permettre aux étudiants en alternance une présence hebdomadaire en entreprise.

Savoir-faire et compétences

Développer une vision stratégique en marketing, vente :

- Comprendre et analyser les marchés, comportements d'achat et environnements concurrentiels.
- Proposer des orientations stratégiques fondées sur une démarche de diagnostic approfondi.
- Élaborer des stratégies d'affaires et marketing globales, sectorielles et internationales.
- Mettre en œuvre des stratégies d'affaires adaptées au BtoB / BtoC

Concevoir et piloter des outils de gestion et d'aide à la décision

- Maîtriser les méthodes quantitatives et qualitatives appliquées au marketing.
- Construire et analyser des indicateurs de performance marketing-vente.
- Structurer un business plan et évaluer la rentabilité des projets commerciaux.
- Utiliser des systèmes d'information dédiés au marketing, à la veille et à la gestion de la relation client (y compris dans un cadre BtoB).

Maîtriser l'ingénierie d'affaires dans un contexte durable

- Identifier, qualifier et développer des opportunités commerciales complexes.
- Structurer des offres intégrant innovation, transformation numérique et enjeux RSE.
- Intégrer l'économie circulaire et les stratégies durables dans les politiques marketing.

Gérer et piloter des projets organisationnels

- Concevoir, planifier et suivre des projets marketing BtoC et BtoB
- Encadrer et animer des équipes dans des environnements transversaux.

Informations non contractuelles.

Contribuer à la transformation organisationnelle et au développement de l'innovation.

Communiquer dans un contexte professionnel complexe

- Maîtriser la communication professionnelle écrite et orale en français et en anglais.
- Argumenter, négocier et convaincre des partenaires internes et externes.
- Élaborer des productions académiques et professionnelles : mémoire, rapports, soutenances.

Favoriser l'insertion professionnelle

- Développer les compétences nécessaires à la construction du projet professionnel.
- Comprendre les exigences et pratiques des processus de recrutement.
- Préparer l'intégration dans des fonctions de cadre en marketing, commerce et management.

Dimension internationale

Le master comprend certains cours enseignés en langue anglaise, notamment en deuxième année du master.

Dans le cadre d'échanges ERASMUS+, les étudiants peuvent choisir d'étudier un semestre dans une douzaine d'universités étrangères partenaires. Les étudiants peuvent également profiter du système "parcours à la carte" développé dans le cadre de l'accord transfrontalier Eucor-Le Campus européen (Confédération Européenne des Universités du Rhin Supérieur)

Programme

Organisation

La formation est dispensée sur 2 ans. Elle peut se faire en alternance ou en formation initiale, avec en deuxième année un stage de 6 mois en France ou à l'étranger.

Les cours intègrent les aspects théoriques et la mise en pratique notamment par le biais d'études de cas, de projets tutorés et de jeux de simulation.

L'offre de formation se structure autour **d'enseignements transversaux en gestion** (management des entreprises, business plan, stratégie de distribution, communication, systèmes d'informations…), de **cours d'approfondissement en marketing** (marketing digital, durable, stratégique, international, études et recherches, comportement du consommateur, …), et des cours de **spécialité sur la conception et la mise en œuvre d'une stratégie d'affaires** (analyse du marché, diagnostic stratégique, choix de positionnement, négociation, analyse financière,…). Une option de spécialisation autour des stratégies d'affaires dans le secteur textile est proposée.

Admission

Conditions d'admission

Les modalités de recrutement sont les suivantes :

- **En Master première année** : Dépôt des candidatures sur la plateforme Mon Master
- **Entrée directe en deuxième année**
  - **recrutement :** via e-candidat

Pour les candidats hors UE résidant dans un pays relevant de la procédure "Études en France" Connexion au portail : **http://www.campusfrance.org/fr/**

Pré-requis obligatoires

Etre titulaire d'une licence en économie gestion, AES, communication ou LEA, avec une bonne capacité rédactionnelle.

Informations non contractuelles.

Et après

Poursuite d'études

Le diplôme national de Master permet, avec l'acquisition de 300 crédits ECTS, de candidater pour une poursuite d'études en doctorat, avec une spécialité marketing pour le Master IASD.

Insertion professionnelle

Le parcours IASD ouvre à des postes **à forte dimension commerciale stratégique**, principalement en BtoB et dans des environnements innovants ou en transition durable.

Métiers typiques (Bac+5)

- Ingénieur d'affaires / Business Developer senior
- Chargé d'affaires
- Responsable commercial / Responsable comptes clés
- Manager de projets commerciaux complexes
- Responsable développement durable en marketing
- Ingénieur RSE
- Consultant en développement durable/RSE
- Consultant en stratégie marketing ou développement commercial
- Chef de marché (avec coloration durable)
- Responsable marketing stratégique
- Customer success manager (BtoB)
- Chargé de veille stratégique ou analyste business intelligence

Secteurs d'insertion possibles

- Industrie (textile, énergie, environnement, technologies)
- Secteurs innovants (start-ups, numérique, greentech)
- Services (conseil, finance, communication, logistique)
- Organisations engagées en RSE / économie circulaire
- Commerce international
- Bureaux d'études, cabinets de conseil, agences marketing

Types d'organisations

- Grands groupes
- PME et ETI en croissance
- Start-ups orientées innovation ou impact
- Cabinets de conseil
- Organisations publiques / parapubliques engagées dans la transition

Infos pratiques

Autres contacts

Responsable : Imen Ben Slimene,
Courriel : iasd.business-school@uha.fr

Informations non contractuelles.