



# Master (M1) mention Marketing, Vente parcours type Marketing (FA & FC)

## Parcours

- Marketing stratégique



## Rythme

### Rythme

- Temps plein
- En alternance
- Contrat d'apprentissage
- Contrat de professionnalisation

### Modalités

- Présentiel

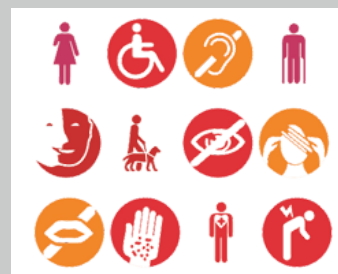
## Renseignements

[https://tsm-education.fr  
/formations/masters/marketing  
/parcours-marketing-m1-fa](https://tsm-education.fr/formations/masters/marketing/parcours-marketing-m1-fa)

[m1.marketing-alt@tsm-  
education.fr](mailto:m1.marketing-alt@tsm-education.fr)

Admission  
[https://tsm-education.fr  
/formations/masters/marketing  
/parcours-marketing-m1-fa?  
tab=admission](https://tsm-education.fr/formations/masters/marketing/parcours-marketing-m1-fa?tab=admission)

## Portail Handicap



[https://www.ut-capitole.fr  
/handicap](https://www.ut-capitole.fr/handicap)

## Infos générales

### Durée de la formation

1 an

### Lieu(x) de la formation



Campus Anciennes facultés -  
TSM

### **Stage(s)**

Oui

### **Langues d'enseignement**

Français

### **Accessible en**

- Formation continue
- Formation en alternance
- Formation en apprentissage
- Reprise d'étude

## **/ Présentation**

Le Master Marketing (Master 1 et Master 2) forme des spécialistes du marketing dans les secteurs des produits, services et industriels. Il a un important contenu digital qui correspond aux tendances actuelles du marché.

### **Enjeux**

À la fin du parcours complet (Master 1 et Master 2 Marketing), les diplômés sont capables de :

- maîtriser les données issues de leur environnement ;
- prendre des décisions concernant des problématiques marketing de leur entreprise ;
- gérer des projets de façon responsable ;
- manager des équipes et gérer si besoin le changement ;
- s'adapter de manière agile à un environnement complexe et en changement perpétuel (lié notamment à l'évolution du digital) ;
- avoir une maîtrise et une expertise des techniques propres au marketing ;
- concevoir et mettre en œuvre une stratégie, un plan marketing et communication, adaptés aux marchés.

### **Lieux**

Campus Anciennes facultés - TSM

### **Responsable(s) de la formation**

- M. JULIEN GROBERT

# / Admission

## Pré-requis

### Niveau(x) de recrutement

Bac + 3

## Candidature

### Modalités de candidature

Retrouvez toutes les informations (dates et procédures) sur les candidatures au [Master \(M1\) mention Marketing, Vente parcours type Marketing \(FA - FC\)](#) sur le site de Toulouse School of Management.

# / Programme

L'équipe pédagogique se compose d'enseignants-chercheurs et de professionnels.

**Durée** : 420 heures de cours (cours magistraux et travaux dirigés)

La formation comprend des blocs de compétences.

## Semestre 1

### **Bloc 1 - Communiquer en contexte professionnel**

- Conférences thématiques
- Anglais management

### **Bloc 2- Elaborer une vision stratégique en Marketing-Vente**

- Marketing fondamental
- Innovation Marketing / Marketing digital / Multicanal
- Lancement et diffusion de nouveaux produits
- Stratégie
- Introduction au management de l'innovation

### **Bloc 3 - Concevoir et piloter des indicateurs de gestion en Marketing-Vente**

- Contrôle de gestion et mise à niveau des outils bureautiques
- Merchandising
- Comptabilité
- Analyse de données de la grande distribution

### **Bloc 4 - Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en Marketing-Vente**

- Etude de marché
- Statistiques et analyses de données
- Big data et introduction à l'intelligence artificielle

### **Bloc 5 - Mettre en oeuvre des règles, des normes et des démarches qualité en Marketing-Vente**

- Processus qualité, sécurité, environnement
- Droit du travail

- Droit commercial

### **Bloc 6 - Développer une culture managériale et organisationnelle**

- Gestion des ressources humaines et du changement
- Team building

## **Semestre 2**

### **Bloc 7 - Contribuer à la transformation en contexte professionnel**

- Management de projet
- Méthodologie mémoire
- Réalisation mémoire

### **Bloc 8 - Accompagner les comportements et posture au travail**

- Coaching collectif
- Pilotage de projets

## **Stage(s)**

Obligatoire pour les demandeurs d'emploi, 924h

## **Rythme**

### **Alternance**

1 semaine en formation et 2 ou 3 semaines en entreprise

## **Évaluation**

### **Méthodes et moyens pédagogiques**

Pour une formation en présentiel, l'enseignement est adapté au nombre d'étudiants admis en Master. A côté des enseignements théoriques dispensés par les enseignants, l'intervention de professionnels permet une approche pratique et concrète des thématiques étudiées. L'étudiant a également un accès libre aux diverses ressources universitaires : salles informatiques, laboratoires de langues ou service commun de la documentation.

Consultez les [modalités de contrôle des connaissances et des compétences \(MCCC\) de la formation](#).

## **/ Et après ?**

### **Niveau de sortie**

#### **Année post-bac de sortie**

- Bac + 4

## **Fiche RNCP**

[35907](#)

### **Poursuites d'études**

[Master 2 Marketing Management](#)

[Master 2 Marketing Digital](#)

[Master 2 Marketing Distribution & Business](#)

### **Débouchés professionnels**

#### **Secteurs d'activité ou type d'emploi**

Les diplômés peuvent exercer des métiers tels que :

- Chef de produit ou de marque
- Responsable de communication
- Chargé de projet web
- Social Media Manager
- Responsable d'un secteur commercial d'une zone de marché
- Manager des services
- Chargé d'études marketing
- Responsable marketing opérationnel
- Responsable webmarketing
- Chef de produit Business to Business

#### **Secteurs d'activité ou type d'emploi**

Communication et Marketing;Marketing;Management