

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>

m1.marketing-alt@tsm-education.fr

Admission
<https://tsm-education.fr/formations/masters/marketing/parcours-marketing-m1-fa?tab=admission>

Portail 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
<ul style="list-style-type: none">● 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.

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

- 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

- 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