

PÔLE
**MARKETING
VENTE**

Livret de formation



**NOS ÉTUDIANTS
NE PERDENT PAS
LE NORD,
ICI CHACUN
TROUVE
SA VOIE.**

Une offre complète en marketing,
communication et vente
Des domaines privilégiés : agroalimentaire,
innovation et territoires, médias, produits
des marques, sports, vins

**CULTIVONS
LA DIFFÉRENCE !**

www.montpellier-management.fr



**MONTEPELLIER
MANAGEMENT**
UNIVERSITÉ DE MONTPELLIER



ÉDITO



Le mot de la Directrice

par Marie-Christine Lichtlé

Directrice

Montpellier Management est une école universitaire de management, née le 1^{er} janvier 2017, dont la **mission est de former des décideurs capables de se réinventer, porteurs et créateurs de nouveaux savoirs en management.**

En effet, dans un environnement socio-économique en transformation constante, les métiers ne cessent d'évoluer, requièrent des compétences précises et l'apprentissage de nouvelles méthodes de travail. Les 90 enseignants et enseignants-chercheurs de Montpellier Management favorisent l'acquisition de connaissances qui permettent aux étudiants de pouvoir être rapidement opérationnels dans le monde du travail.

Par ailleurs, plus de 400 praticiens interviennent systématiquement dans le processus pédagogique tout au long de l'année universitaire. Ils partagent leur expérience avec les étudiants. Montpellier Management tisse égale-

ment des liens étroits avec le monde de l'entreprise par le biais de l'alternance. Au sein de l'Université de Montpellier et de ses 16 composantes, les étudiants de Montpellier Management représentent à eux seuls près d'un tiers des alternants. C'est la garantie de bénéficier d'un processus de professionnalisation en parfaite adéquation avec la réalité du monde du travail. Cette coopération avec le milieu professionnel est permanente et multiple. Elle permet à nos formations d'évoluer constamment, car elles sont connectées aux évolutions des métiers et du marché de l'emploi.

Si la professionnalisation est au cœur de la stratégie de Montpellier Management, deux autres axes sont prioritaires : une recherche de pointe reconnue internationalement et l'accroissement de l'internationalisation.

En effet, Montpellier Management construit son réseau à l'international par le développement des partena-

riats avec des universités prestigieuses d'Europe, d'Asie, d'Afrique, d'Amérique du Nord et du Sud. L'engagement dans plusieurs certifications reconnues internationalement illustre cette volonté de développement. Montpellier Management ne cesse d'accroître son rayonnement au-delà de ses frontières.

Trois valeurs majeures sont au cœur de nos activités : **l'ouverture d'esprit, le sens du collectif, l'éthique.**

Notre préoccupation est, avant tout, la réussite professionnelle de nos étudiants. Elle repose sur des expériences porteuses en entreprise, mais également sur des savoirs théoriques solides, transmis grâce à un enseignement de grande qualité et une recherche d'excellence.

Que vous soyez étudiant, salarié ou dirigeant d'entreprise, Montpellier Management est prêt à vous accueillir et à vous accompagner dans vos projets.



Le pôle Marketing-Vente propose une offre de formation très étendue préparant aux multiples métiers du marketing, de la vente, des études, de la gestion de la relation client, de la distribution et de la communication. Il propose deux licences professionnelles et huit parcours de master, ce qui en fait l'un des plus importants pôles de formation à ces différents métiers dans la région Occitanie. Les étudiants bénéficient d'une formation professionnalisante de haut niveau fondée sur de solides connaissances théoriques transmises par une équipe d'enseignants-chercheurs réputés et sur une mise en application permanente au travers de périodes d'apprentissage, de stages de longue durée, de projets professionnels tuteurés ou encore de conférences réalisées par des managers et experts reconnus. Certaines formations sont de surcroît élaborées afin de correspondre aux requêtes spécifiques de certains secteurs d'activités, comme par exemple le sport, les loisirs, le tourisme, la distribution, les médias, l'agro-alimentaire et le secteur viti-vinicole. Cela permet à l'immense majorité des étudiants diplômés d'accéder à un emploi dans les six mois suivants leur formation (taux d'insertion de près de 85%).



par Gilles N'Goala
Responsable du Pôle Marketing Vente



- 6 Montpellier Management
- 8 Les parcours de formation
- 10 Les modalités d'enseignement
- 12 Master Commerce Vente dans les Industries Agroalimentaires
- 14 Master Commerce des Vins
- 16 Master Data Mining et Relations Clients
- 18 Master Marketing et Business Development
- 20 Master Marketing Innovation et Territoires
- 22 Master Marketing Médias et Communication
- 24 Master Marketing du Sport et des Loisirs
- 26 Master 1 Marketing, Communication, Études
Master 2 Marketing Stratégique des Produits et des Marques
- 28 Master Recherche et Études en Management
- 30 Plateformes numériques

Montpellier Management, **école universitaire de management**, composante de l'Université de Montpellier, est un acteur majeur de la formation en management en France. Plus de 40 formations diplômantes sont proposées, de la licence au doctorat, en passant par le master, le diplôme d'établissement (DE), et les formations exécutives.

Les diplômés de notre offre de formation se situent au croisement des sciences de gestion (finance, comptabilité, marketing, stratégie, gestion des ressources humaines) et des sciences administratives (économie et droit). Les enseignements sont adaptés aux évolutions et aux besoins du marché de l'emploi, et visent l'employabilité immédiate

de nos jeunes diplômés. Les cursus sont centrés sur des métiers et compétences clés (RH, marketing, finance, audit, etc.) et peuvent être adaptés à des secteurs d'activité spécifiques (vins et spiritueux, médias et communication, agro-alimentaire, hôtellerie-tourisme, technologies innovantes...).

L'insertion professionnelle de nos étudiants est notre objectif majeur : stages, contrats d'apprentissage ou de professionnalisation... autant d'expériences concrètes dans le monde du travail, déterminantes pour leur avenir professionnel, qu'ils peuvent acquérir en parallèle de leurs études.

Les savoirs fondamentaux et les connaissances diffusées auprès de nos étudiants sont également développés au sein du laboratoire d'excellence « Entreprendre » (LabEX) partenaire de Montpellier Management, et de Montpellier Recherche en Management (MRM), l'un des plus grands laboratoires en management de France, auquel nombre de nos enseignants-chercheurs sont rattachés.

Bibliothèque universitaire du campus.



Des formations tournées vers l'international

L'international occupe une place de choix à Montpellier Management avec de nombreux accords internationaux (accords bilatéraux, Erasmus+, ...), des cours en anglais, des certifications, des diplômes spécialisés (TOEIC, DU anglais des affaires, doubles diplômes...) et des stages à l'étranger. Afin de préparer nos étudiants à une carrière internationale, nous les encourageons à partir durant leur cursus dans l'une des 40 destinations avec lesquelles l'Institut a noué des accords. L'internationalisation de Montpellier Management se construit également par l'exportation de formations dites « délocalisées ». C'est le cas pour 7 formations dans différents pays d'Afrique, au Liban et en Chine.



Un lieu d'études exceptionnel

Montpellier Management est implanté sur le campus Richter, dans le nouveau cœur stratégique de Montpellier, entre la nouvelle Mairie et l'Hôtel de Région. Il s'agit d'un cadre privilégié sur les berges du Lez, proche du centre-ville, des plages et des principaux axes routiers et autoroutiers. Il offre également la possibilité de se loger au plus près de l'université, et de se restaurer sur place (restaurant universitaire, cafétéria, restaurants et snacks).

De nombreux équipements sont mis à disposition des étudiants : bibliothèque universitaire, espaces de coworking, ainsi qu'une maison des étudiants avec un studio de musique, une salle de conférences et de projection cinéma, et une salle de sport.

Licences

L1	L2	L3
AES (Administration Économique et Sociale)		AES - Administration et Gestion des Entreprises - Administration et Gestion Publiques
GESTION		GESTION - Comptabilité Finance - International Management - Management Hôtellerie Tourisme - Management Stratégie - Marketing Vente - Commerce et vente dans les Industries Agro Alimentaires
BAC + 2 (L2 AES ou GESTION, DUT, BTS...)		LICENCES PROFESSIONNELLES
DCG 1 et 2 (Diplôme de Comptabilité et de Gestion)		DCG 3

Les licences AES et gestion permettent d'accéder à l'ensemble de nos masters.

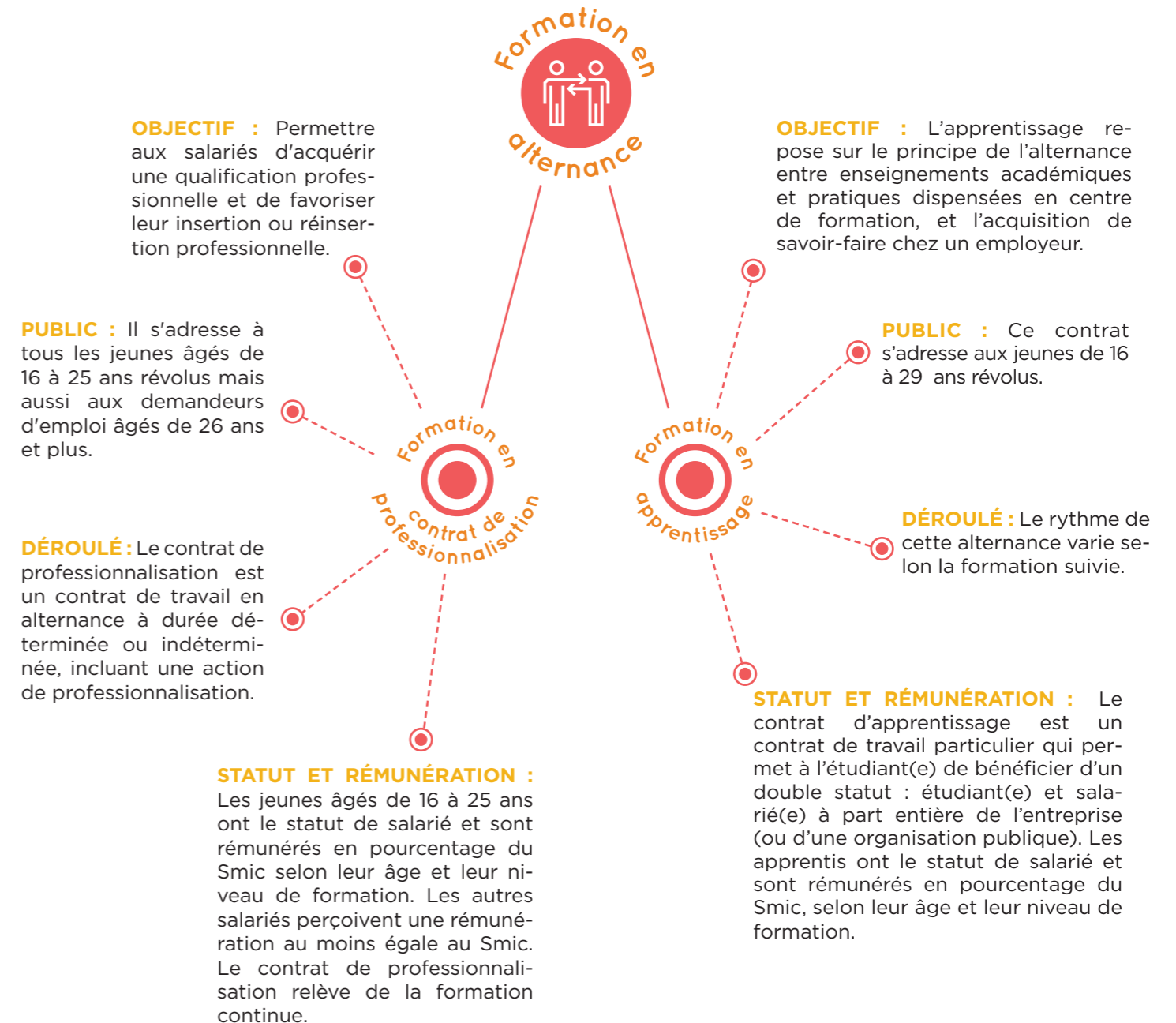
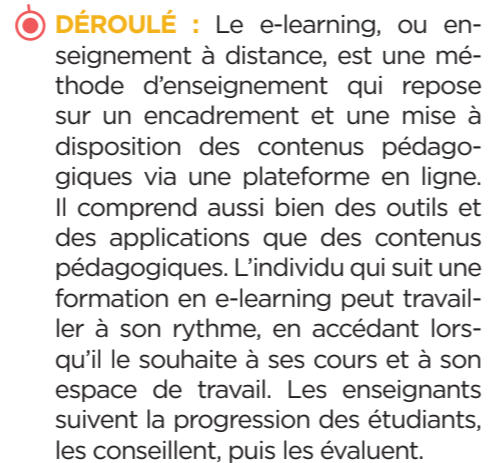
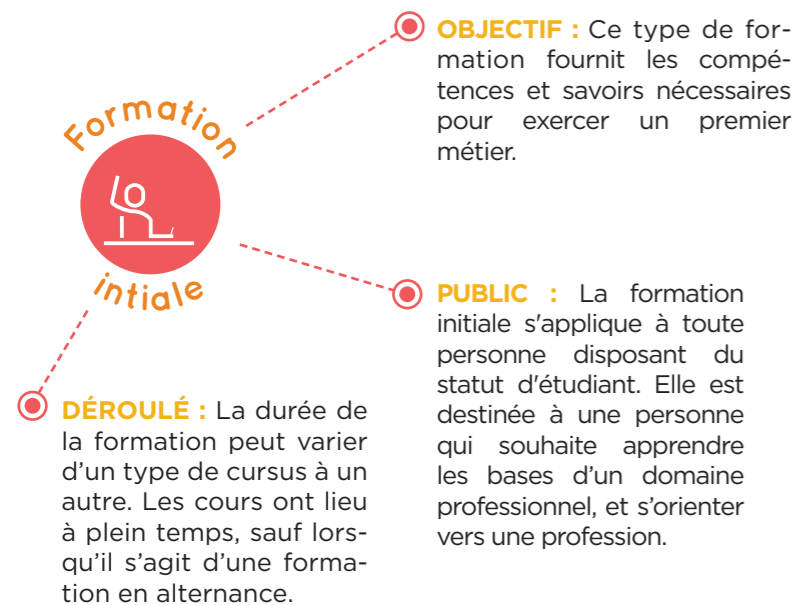
Masters

M1	M2
	AUDIT CONTRÔLE FINANCE
	ENTREPRENEURIAT ET PME
	MANAGEMENT PUBLIC
	MANAGEMENT STRATÉGIE
	MARKETING VENTE
DSCG 1 et 2 (Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion)	

Montpellier Management propose également des diplômes universitaires.

Doctorat

LES MODALITÉS D'ENSEIGNEMENT





FORMATION EN ALTERNANCE

Le Master Marketing Vente dans les Industries Agroalimentaires est une formation universitaire dédiée au marketing et à la vente appliqués au secteur de l'agroalimentaire. La formation répond aux besoins exprimés par les entreprises des filières agroalimentaires qui souhaitent recruter leurs **futurs cadres commerciaux et marketing**. Elle prépare aux fonctions stratégiques dans les forces de vente, ainsi qu'aux différents métiers du marketing et du category management.

Cette formation permet aux étudiants de s'approprier d'**importants acquis théoriques** pour évoluer vers des postes d'encadrement dans les forces de vente, les services merchandising, marketing et category management des entreprises agroalimentaires.

Elle est exclusivement réalisée en alternance. Chaque année de formation (M1 et M2) est organisée selon le rythme de deux semaines de cours et de trois semaines en entreprise. Toutefois le dernier semestre du M2 se déroule quasi intégralement en entreprise. Les missions confiées aux apprentis sont progressives, ils sont encadrés par un maître d'apprentissage et exercent peu à peu leurs compétences pour occuper pleinement leur fonction au cours des deux années.

Objectifs de la formation

L'objectif de la formation est de permettre aux étudiants d'acquérir les fondamentaux des métiers du commerce et de la vente et de leur procurer une pratique professionnelle reconnue avec de fortes possibilités d'évolution. Les compétences acquises les préparent à travailler en grande autonomie, à créer et entretenir une relation client pérenne, à manager une équipe commerciale et de façon plus globale à acquérir des connaissances à la fois théorique et pratique des techniques commerciales et marketing fondamentales.)

- Capacité de gestion autonome de son secteur commercial
- Capacité de vendre à des professionnels
- Aptitude à diriger une équipe commerciale
- Connaissance des spécificités de l'agroalimentaire au niveau national et international
- Capacité d'audit de projets alimentaires



Classement Eduniversal du master parmi les meilleurs masters en management des industries de l'agroalimentaire (à paraître en février 2019)



Perspectives professionnelles

- ▽ Chef de marché
- ▽ Responsable de secteur
- ▽ Category manager
- ▽ Chef de projet marketing
- ▽ Compte-clé
- ▽ Responsable export
- ▽ Responsable d'équipe commerciale

Conditions d'accès

L'entrée dans le Master Marketing Vente dans les Industries Agroalimentaires (M1 et M2) se réalise par une pré-sélection basée sur l'étude du dossier puis d'un entretien avec un jury composé d'universitaires et de professionnels du secteur agroalimentaire.

MASTER 1

- Le candidat devra être titulaire d'une formation de niveau licence validant les prérequis académiques et construire un projet professionnel qui sera présenté lors de l'entretien.

- L'inscription définitive est conditionnée par la signature d'un contrat d'apprentissage de 2 ans avec une entreprise agroalimentaire validée par le CFA de l'IFRIA Occitanie, dans la limite des places disponibles en formation.

- L'IFRIA accompagne les candidats dans cette démarche en les mettant en relation avec son réseau de partenaires professionnels (Jobdating).

MASTER 2

- Les candidats extérieurs doivent constituer un dossier faisant état de leur obtention d'une formation de niveau Master 1, a minima, comportant les prérequis académiques et présenter leur projet professionnel lors d'un l'entretien.

- Pour candidater les étudiants doivent constituer un dossier et s'inscrire à partir de fin mars sur : www.umontpellier.fr/formation/admission-et-inscription/

Partenaires



L'Institut de Formation Régional des Industries Alimentaires. CFA de branche, il pilote et finance l'ensemble du dispositif apprentissage. Dispose d'un réseau étendu de partenaires entreprises de la PME Régionale au groupe international (Cf www.ifria-occitanie.fr)



Retrouvez les contacts de l'équipe pédagogique et les détails de cette formation sur www.montpellier-management.fr/formations/

-  **FORMATION INITIALE**
-  **FORMATION CONTINUE**
-  **FORMATION EN ALTERNANCE**

Le master Commerce des vins se structure en 2 années.

Le Master 1 Marketing, Vente comporte 225 heures d'enseignement au semestre 1, et 171 heures d'enseignement et un stage professionnel de 2 à 6 mois au semestre 2. Les enseignements visent à consolider les acquis antérieurs: gestion des ressources humaines, systèmes d'information, management stratégique, gestion comptable et financière... sont complétés par des enseignements spécifiques en marketing : comportement du consommateur, marketing digital, gestion de la relation client, distribution et merchandising, vente et négociation commerciale... et d'enseignements sectoriels : Institutions et organisations professionnelles vitivinicoles, économie des marchés des vins.

Le Master 2 Commerce des vins comporte 160 heures d'enseignement au semestre 3 et 140 heures d'enseignement et un stage de 4 à 6 mois au semestre 4. Des enseignements d'approfondissement en marketing sont proposés : brand management, nouvelles tendances en marketing, techniques qualitatives et quantitatives d'enquête, ainsi que des enseignements professionnalisés et de spécialité : connaissance des vins, marketing du vin, international markets development, législation viti-vinicole, démarche qualité, supply chain management, webmarketing, international negotiation, ...

Ces enseignements sont sous la responsabilité d'enseignants-chercheurs et de professionnels. Les étudiants conduisent également des missions pour la filière viti-vinicole dans le cadre de projets professionnels et participent au Forum International d'Affaires (Ad'Occ).

Le Master 2 Commerce des Vins comprend 20 étudiant(e)s en moyenne par promotion.

Objectifs de la formation

Le Master Commerce des Vins forme des managers commerciaux spécialisés dans le secteur viti-vinicole, avec haut niveau d'expertise fondé sur des compétences en marketing, négociation et management, au plan national et international. L'obtention du Master « Commerce des vins » repose sur l'acquisition de connaissances et des compétences suivantes :

- Réalisation d'une étude de marché,
- Élaboration de cahiers des charges (fournisseurs, clients),
- Collecte et analyse des informations sur le marché du produit et son environnement,
- Conception d'une stratégie marketing appliquée au vin,
- Définition de plans d'action commerciale,
- Définition d'une gamme de produits,
- Maîtrise des stratégies et techniques commerciales appliquées au vin,
- Gestion des budgets commerciaux et marketing.

La dimension internationale du Master 2 Commerce des Vins est liée à :

- Son attractivité auprès d'étudiants d'Amérique du Nord et du Sud, d'Europe et d'Asie,
- La possibilité pour les étudiants de réaliser leur stage dans des entreprises de dimension internationale, en France et à l'étranger,
- Des enseignements en anglais et des voyages d'études à l'étranger (Espagne, Portugal, Japon)

Perspectives professionnelles

- ▼ Manager d'entreprises viticoles
- ▼ Responsable marketing dans le secteur viti-vinicole
- ▼ Responsable export
- ▼ Chef de produit
- ▼ Directeur commercial/ Directeur des ventes
- ▼ Acheteur en centrales de distribution
- ▼ Courtier en vins
- ▼ Caviste indépendant

Conditions d'accès

MASTER 1

• Être titulaire d'une licence dans le domaine de la gestion ou d'un diplôme équivalent et démontrer une sensibilité aux problématiques de la filière viti-vinicole.

• Les candidat(e)s sont sélectionnés à partir d'un dossier attestant d'un bon niveau académique et d'un projet professionnel en lien avec la formation et après un entretien avec un jury d'universitaires.

MASTER 2

• Validation d'un Master 1 (60 ECTS) dans les domaines de l'économie, de la gestion, des langues étrangères appliquées, de l'œnologie, de l'agronomie, ou de diplômes étrangers équivalents, ou d'un titre équivalent à un titre professionnel de niveau I, ou encore à l'issue d'une expérience professionnelle validée, de préférence dans le secteur viti-vinicole (VAP/VAE).

• Le Master 2 est également ouvert aux étudiants en formation continue. La motivation, le projet professionnel et les capacités de ces candidat(e)s à réussir sont évalués sur dossier.

• L'admission définitive dans le Master 2 est prononcée après un entretien avec un jury d'universitaires.



Remise de diplômes du Master commerce des vins

Partenaires



Le Master 2 Commerce des Vins est une formation co-accréditée par l'Université de Montpellier et par Montpellier SupAgro



Syndicats de crus et metteurs en marché regroupés au sein du Conseil Interprofessionnel des Vins du Languedoc, Grands Chais de France, Les vins Alexander Krossa, Domaine Laurent Miquel, Domaine Virgile Joly, Domaine des Chênes, Advini, Grands chais de France, Paul Mas, Coop de France, France Agrimer, Pays d'Oc, Château Juvenal et Vitisphère.

Retrouvez les contacts de l'équipe pédagogique et les détails de cette formation sur www.montpellier-management.fr/formations/

-  **FORMATION INITIALE**
-  **FORMATION CONTINUE**
-  **FORMATION EN ALTERNANCE**
(uniquement en M2)



Ce Master apporte aux étudiants une formation qui couvre les différentes facettes du management de la relation client (CRM) en mettant l'accent sur le développement et l'utilisation des outils statistiques de **data mining** : stratégies marketing et relation client, segmentation et ciblage, études marketing quantitatives, gestion de bases de données clientèle, modélisation et prévision du comportement de la clientèle, data mining, CRM opérationnel et pilotage de la relation client.

L'équipe pédagogique est constituée d'un **pool d'enseignants chercheurs**, spécialistes du domaine de la vente et du commerce, ou du domaine du marketing, de la communication et des études, de la relation client et du data mining, ainsi que de nombreux professionnels garants d'une formation en prise directe avec la pratique professionnelle.









Des intervenants professionnels de haut niveau participent aux diverses activités pédagogiques sous forme de cours et de conférences, mais également dans le cadre des soutenances de mémoire, du tutorat de stages et des entretiens de sélection.

Objectifs de la formation

Le Master Data Mining et Relation Client proposé à Montpellier Management a pour objectif de préparer efficacement les étudiants à leur insertion dans le monde professionnel. Il se caractérise par une préparation intensive à un métier grâce à des enseignements spécialisés et des stages en entreprise.

-  En M1 la durée du stage recommandée est de 3 mois (8 semaines minimum) à partir d'avril.
-  En M2 la durée du stage recommandée est de 6 mois (4 mois minimum) à partir de janvier

Perspectives professionnelles

-  Consultant CRM, consultant CRM fonctionnel
-  Chef de projet CRM
-  Data miner, Chargé d'études Data Mining
-  Chargé d'études marketing
-  Responsable-Directeur relation client
-  Customer relationship manager
-  Data analyst
-  Data Scientist

Conditions d'accès

MASTER 1

- Être titulaire d'une licence dans le domaine Droit, Economie, Gestion.
- Être titulaire d'un diplôme équivalent dont le parcours démontre une sensibilité aux problématiques des secteurs de spécialisation du Master 2 et un intérêt particulier pour le CRM.
- Les candidats sont sélectionnés à partir d'un dossier attestant d'un bon niveau académique et d'un projet professionnel en lien avec la formation et après un entretien avec le jury d'universitaires. Les Scores IAE-Message, TOIC, TOEFL, TOSA seront appréciés.

MASTER 2

- Être titulaire du Master 1 Marketing, Vente.
- Avoir validé 60 crédits ECTS dans un domaine de formation jugé équivalent (1ère année de Master).
- Professionnels justifiant d'une expérience dans le domaine (VAE, VAP).
- Les candidats sont sélectionnés à partir d'un dossier et après un entretien d'un jury composé d'universitaires et de professionnels. Un bon niveau en statistique est souhaité.

À l'heure où l'exploitation des données est un enjeu stratégique pour toutes les entreprises, le master 2 data mining et relation client vous permettra d'avoir une formation en accord avec les attentes du marché. Vous apprendrez à utiliser les principaux logiciels utilisés par les entreprises, ce qui sera très apprécié lorsque vous postulerez à des stages. De la même façon, la plupart des cours sont donnés par des intervenants issus du monde professionnel qui vous font part des enjeux actuels. C'est un master plus pratique que théorique et c'est ce qui me plaît dans cette formation. **Sophia Hoff**

Partenaires



Retrouvez les contacts de l'équipe pédagogique et les détails de cette formation sur www.montpellier-management.fr/formations/

-  **FORMATION INITIALE**
-  **FORMATION CONTINUE**
-  **FORMATION EN ALTERNANCE**
-  **E-LEARNING**

Dans un contexte globalisé et digitalisé, le Master Marketing et Business Development forme aux métiers transversaux du marketing et de la vente. Il permet d'appréhender les enjeux et les défis auxquels sont confrontés la stratégie et le développement commercial. Ce programme intègre des enseignements tels que le marketing et innovation, la gestion des projets internationaux, le management des équipes commerciales, la gestion des comptes clés, le management des partenaires ainsi que la négociation en environnement complexe. Plus de 80h de cours sont enseignées en anglais. Il est privilégié une approche active de l'enseignement et un mode de travail par projet, notamment en M2. L'équipe pédagogique est constituée d'un pool d'enseignants chercheurs, spécialistes du domaine de la vente et du marketing, de la relation client ainsi que de nombreux professionnels garants d'une formation en prise directe avec la pratique professionnelle.









Objectifs de la formation

Les objectifs du Master Marketing et Business Development sont de former des spécialistes du développement commercial, du marketing de haut niveau et de les préparer aux fonctions managériales dans un contexte international et digitalisé. Le programme permettra aux étudiants d'être polyvalents dans les fonctions commerciales et marketing au sein de grands groupes mais aussi de PME. Ils seront ainsi capables d'élaborer une stratégie commerciale et de la mettre en œuvre dans tous les secteurs d'activité, en France comme à l'étranger.



” Ce qu'on obtient en atteignant nos objectifs n'est pas aussi important que ce que l'on devient en les atteignant. **Zig Ziglar** ”

Perspectives professionnelles

-  Business developer
-  Responsable export
-  Responsable de zone
-  Manager de compte-clés
-  Ingénieur d'affaires
-  Directeur du développement et des ventes
-  Responsable des partenariats
-  Chef de projet

Conditions d'accès

MASTER 1

- Pour les étudiants titulaires d'une licence : pré-sélection sur dossier de candidature, score TOEIC et entretien de recrutement.

MASTER 2

Prérequis : M1

- Accès direct pour les étudiants titulaires d'un M1 Marketing Vente de Montpellier Management.
- Pour les autres étudiants, pré-sélection sur dossier de candidature, au vu des diplômes et du parcours universitaire ou professionnel.
- Sélection définitive au mois de juin sur entretien.

” Le contenu du diplôme Master Marketing et Business Development permet d'avoir une large vision du monde professionnel. Les interventions de professionnels, adossées à des enseignements plus théoriques et la réalisation de stages, nous préparent très bien au monde du travail. Je suis aujourd'hui content d'être actuellement en poste directement après mes études. **Paul Ignatio (promo 2017-2018)**, *Customer Service & Digital Manager chez Rond Dorff.* ”

” Depuis 3 ans, je suis en charge du développement de l'activité et de la notoriété d'un observatoire qui vise à mettre en évidence l'impact des alliances sur la performance des entreprises et à faire connaître le métier d'alliance manager. **Laurène Blavet (promo 2014-2015)**, *ingénieur d'études - chargée de communication et projets événementiels, OBSAP du Labex Entreprendre.* ”

Partenaires



Retrouvez les contacts de l'équipe pédagogique et les détails de cette formation sur www.montpellier-management.fr/formations/

-  **FORMATION INITIALE**
-  **FORMATION CONTINUE**
-  **FORMATION EN ALTERNANCE**

Le Master Marketing, Innovation et Territoires (MIT) permet une spécialisation dans les secteurs du marketing territorial, du marketing du tourisme et du marketing de l'innovation. L'objectif est d'accompagner les multiples acteurs des territoires (collectivités, grandes entreprises, start-ups, hébergeurs, pépinières, etc.) dans leur développement économique en formant des spécialistes de marketing capables de renforcer leur attractivité et leur succès commercial à un échelon international. Le master MIT forme en particulier à la conception et au pilotage de villes et de territoires intelligents, serviciels et durables (smart city).



Objectifs de la formation

Les titulaires du Master « Marketing, Innovation et Territoires » travailleront en **entreprise** (start-ups, PME innovantes, grandes entreprises, etc.) ou dans des **organisations publiques ou parapubliques** (collectivités locales, pépinières d'entreprise, offices de tourisme, chambres consulaires, etc.). Ils peuvent exercer leurs fonctions marketing et commerciale au sein d'un écosystème composé d'acteurs publics et privés mobilisés dans la dynamisation et l'attractivité des territoires. Outre une formation solide en management (comptabilité, RH, etc.) et en marketing (CRM, marketing digital, etc.), le master MIT apporte des compétences spécifiques dans les champs du tourisme, du développement territorial et de l'innovation.



” Cette formation s'appuie en particulier sur les travaux de la « chaire internationale sur les usages et pratiques de la ville intelligente » conduits avec l'université du Québec à Montréal (UQAM). Cette chaire est portée par deux enseignants chercheurs du master : Gilles N'Goala et Pauline Folcher. Un cycle de conférences et des colloques animés par des experts nationaux (IBM, Montpellier Métropole, IDATE, etc.) et internationaux (Université du Québec à Montréal) sont organisés en lien avec la formation du master Marketing Innovation et Territoires. ”

Perspectives professionnelles

-  Directeur marketing territorial
-  Directeur d'office de tourisme
-  Consultant marketing
-  Directeur Marketing et commercial dans une PME innovante
-  Responsable communication
-  Responsable des études de marché
-  Chargé de mission en développement territorial
-  Concepteur de produits touristiques

Conditions d'accès

MASTER 1

- Être titulaire d'une licence dans le domaine Droit, Economie, Gestion ou d'un diplôme équivalent dont le parcours démontre une sensibilité aux problématiques d'innovation, de tourisme et de développement des territoires.

MASTER 2

- Être titulaire d'un master 1; Pour les étudiants en formation continue, attester de connaissances solides en management et marketing et d'une expérience significative dans l'un des trois domaines de spécialité du master.

Partenaires



Retrouvez les contacts de l'équipe pédagogique et les détails de cette formation sur www.montpellier-management.fr/formations/

-  **FORMATION INITIALE**
-  **FORMATION CONTINUE**
-  **FORMATION EN ALTERNANCE**

Le Master Marketing, Médias et Communication, permet, après l'obtention d'un Master 1 Marketing, Vente, une spécialisation dans les secteurs des médias et de la communication. Cette formation a plusieurs avantages :

- Un corps professoral mixte composé d'universitaires et de professionnels,
- Des échanges constants avec les milieux professionnels (Annonceur, Agence, Médias)
- Une formation sélective limitée à environ 20 étudiants par promotion
- Des projets professionnels sur des sujets variés (définition d'une stratégie marketing, étude de marché, organisation d'un événement, élaboration d'une stratégie de communication...)
- Une période de stage par année allant de 4 à 6 mois.

Ce Master dispense donc une formation professionnalisante (grâce, notamment, aux projets marketing, à l'enseignement d'outils de création graphique et web, à des enseignements en anglais). Il permet également d'acquérir un ensemble de connaissances qui permettent aux étudiants de pouvoir mener une réflexion stratégique et d'avoir l'ouverture d'esprit et la créativité nécessaires au secteur de la communication.

Objectifs de la formation

L'objectif est de former des spécialistes des médias et de la communication. Tout est mis en œuvre pour les préparer à une intégration rapide dans le monde professionnel. Après l'acquisition de connaissances fondamentales en marketing, des cours sont consacrés à la spécificité des médias. Ils sont complétés par des enseignements permettant une maîtrise des techniques et outils de la communication des organisations et par l'acquisition d'une véritable expérience professionnelle (alternance, projet professionnel et stage).

Le Master média et communication est une formation riche et qualifiante qui vous prépare pour réagir sur le terrain. Le parcours est extrêmement bien pensé pour se construire. Il vous suggère le cheminement pour vous rendre autonome dans la construction de vos stratégies, tout en vous laissant la possibilité de mettre en avant votre personnalité. Avec cette formation, vous avez les outils pour survivre et briller dans le monde du travail. La formation est complète et la charge de travail est intense, ce constat est sans appel. Cependant, le contenu est extrêmement intéressant et intense. L'année passe très vite. Les intervenants sont riches d'expériences et d'astuces, les cours sont construits pour être applicables directement à la sortie, l'ambiance de classe ressemble à une vraie agence de communication. J'ai construit mon agence web marketing en utilisant les outils vus dans ce master et j'utilise les conseils des professeurs tous les jours. **Emilie Espona (promo 2014-2015)**



Perspectives professionnelles

- Chargé(e) de communication internet et/ou externe
- Chef de publicité junior (en agence)
- Chargé(e) d'études
- Média planner
- Community Manager
- Responsable Communication dans un organe de presse
- Chargé(e) des relations presses/relations publiques
- Responsable événementiel

Conditions d'accès

MASTER 1 MARKETING, VENTE

- Être titulaire d'une licence dans le domaine Droit, Economie, Gestion ou d'un diplôme équivalent dont le parcours démontre un intérêt particulier pour les secteurs du marketing, des médias et de la communication.
- Les candidats sont sélectionnés à partir d'un dossier attestant d'un bon niveau académique et d'un projet professionnel en lien avec la formation et après un entretien avec un jury.



Promotion 2017-2018

MASTER 2 MARKETING, MÉDIAS ET COMMUNICATION :

- Être titulaire du Master 1 Marketing, Vente ou avoir validé 60 crédits ECTS dans un domaine de formation jugé équivalent (1ère année de Master).
- Professionnels justifiant d'une expérience dans le domaine (VAE, VAP).
- Les candidats sont sélectionnés à partir d'un dossier et après un entretien avec un jury composé d'universitaires et/ou de professionnels. Un bon niveau d'anglais est souhaité.

Retrouvez les contacts de l'équipe pédagogique et les détails de cette formation sur www.montpellier-management.fr/formations/

Partenaires



-  **FORMATION INITIALE**
-  **FORMATION CONTINUE**
-  **FORMATION EN ALTERNANCE**

Le Master Marketing du sport et des loisirs, permet, en deux ans, une spécialisation marketing et webmarketing dans les secteurs du sport, des loisirs et du tourisme. Cette formation a plusieurs avantages :

- Un corps professoral mixte composé d'universitaires et de professionnels,
- Une forte professionnalisation au regard de la réalité du terrain & du tissu économique du territoire (TPE, PME, équipementiers, agences d'événementiel, Start up et incubateurs)
- Des échanges constants avec les milieux professionnels,
- Une formation sélective limitée à 20 étudiants par promotion,
- Des projets professionnels (étude de marché, organisation d'événement, élaboration d'une stratégie marketing, digitale et/ou communication...),
- Visites d'entreprises, d'événements, participation à des challenges...
- Un stage de 4 à 6 mois.

Objectifs de la formation

L'objectif est de former des spécialistes du marketing en sport, en loisir et en tourisme. Tout est mis en œuvre pour les préparer à une intégration rapide dans le monde professionnel.

Après l'acquisition de connaissances fondamentales en marketing, des cours sont consacrés à la spécificité des secteurs sport, loisir et tourisme avec des focus sur le digital, l'innovation, le développement de marques/services & nouveaux produits, la communication des clubs professionnels, l'événementiel, et les partenariats avec les réseaux professionnels. Les enseignements permettent une maîtrise des techniques, outils, leviers, indicateurs de performance et des méthodologies utilisés par les professionnels du secteur et par l'acquisition d'une véritable expérience professionnelle (projet professionnel et stage).

Le Master 2 Marketing du Sport et des Loisirs colle au tissu économique du territoire (TPE, PME, équipementiers, agences d'événementiel, Start up et incubateurs). Une forte professionnalisation permet de coller à la réalité du terrain via un maillage complémentaire avec des intervenants académiques et professionnels ainsi que des visites d'entreprises, d'événements et des projets en mode tuteuré. Ce master a développé de nombreux partenariats avec des acteurs locaux : Id rezo, Vogo Sport, Discover France, Festikite, Aqualove, Decathlon, Métropole de Montpellier, FISE, AD'OCC Sport, Sud de France, Ligues et clubs sportif..

Perspectives professionnelles

- ▼ Directeur marketing et/ou digital
- ▼ Responsable communication/ produit/ sponsoring/ merchandising
- ▼ Responsable d'agence marketing / événementiel
- ▼ Community management
- ▼ Responsable partenariat
- ▼ Consultant
- ▼ Chef d'entreprise / Startuper
- ▼ Responsable SEO/SEA et SMO

Conditions d'accès

MASTER 1 MARKETING, VENTE

- Être titulaire d'une licence dans le domaine Droit, Economie, Gestion.
- Être titulaire d'un diplôme équivalent dont le parcours démontre une sensibilité aux problématiques des secteurs de spécialisation du Master 2 et un intérêt particulier pour les secteurs du sport et des loisirs.
- Les candidats sont sélectionnés à partir d'un dossier attestant d'un bon niveau académique et d'un projet professionnel en lien avec la formation et après un entretien avec le jury d'universitaires.

MASTER 2 MARKETING DU SPORT ET DES LOISIRS

- Être titulaire du Master 1 Marketing, Vente.
- Avoir validé 60 crédits ECTS dans un domaine de formation jugé équivalent (1ère année de Master).
- Professionnels justifiant d'une expérience dans le domaine (VAE, VAP).
- Les candidats sont sélectionnés à partir d'un dossier et après un entretien avec un jury composé d'universitaires et de professionnels. Un bon niveau d'anglais est souhaité.

Partenaires



Retrouvez les contacts de l'équipe pédagogique et les détails de cette formation sur www.montpellier-management.fr/liste-des-formations/dscg/



Le Master MCE-MSPM est une formation exigeante qui allie enseignements pluridisciplinaires, rigueur universitaire, et programme pédagogique riche et complet. Nos points forts :

- Ambition d'excellence universitaire
- Adéquation des enseignements avec l'évolution très rapide des pratiques professionnelles et des besoins des entreprises
- Enseignements assurés par des professionnels exerçant en entreprise
- Approche internationale des métiers du Marketing et de la Communication : plusieurs cours et TD en anglais, majoritairement assurés par des Anglais ou Américains
- Longue durée des stages en France et à l'étranger : de 7 à 12 mois sur les 22 du M1-M2
- Conférences annuelles sur l'évolution des métiers du Marketing et de la Communication par d'anciens étudiants MCE-MSPM
- Inscription libre gratuite à "Projet Voltaire"
- Effectifs limités : 20-25 en M1MCE puis en M2MSPM
- M1MCE : fin des cours en février, stages début mars (3 à 6 mois)
- M2MSPM : 100 % contrôle continu, fin des cours en décembre, stages début janvier (4 à 6 mois)
- Bonne insertion professionnelle, notamment par embauche après les stages de M2MSPM.

Objectifs de la formation

Le Master MCE-MSPM forme des cadres qui exerceront des responsabilités stratégiques dans les nouvelles carrières au cœur du Marketing et de la Communication, en entreprise, en agence, ou en institut d'études.

- Connaître les métiers, les concepts et techniques du Marketing et de la Communication ainsi que leurs tendances.
- Maîtriser la problématisation et la prise de décision.
- Analyser une situation d'entreprise complexe, identifier et résoudre des problèmes.
- Élaborer des stratégies et des plans Marketing et Communication.
- Mener des Études de marché, collecter et traiter des données qualitatives ou quantitatives, analyser des panels, et utiliser des logiciels de traitement de données.
- Gérer un projet avec une véritable expertise universitaire et professionnelle dans les stratégies du Marketing et de la Communication.

Partenaires



- *Entreprises du secteur des Produits de Grande Consommation, de l'Industrie, et des Services*
- *Agences de Conseil en Marketing*
- *Agences de Communication*
- *Instituts d'Études.*

Perspectives professionnelles

- ▶ Chef de produit ou de marque (en entreprise)
- ▶ Responsable Marketing puis Directeur Marketing (en entreprise)
- ▶ Consultant Marketing (en agence conseil)
- ▶ Responsable Communication (interne et/ou externe), puis Directeur Communication (en entreprise)
- ▶ Chef de Publicité, Média Planneur, Planneur stratégique (en agence)
- ▶ Chargé de Web Marketing et/ou de référencement naturel et payant (en entreprise ou en agence)
- ▶ Community Manager, Responsable réseaux sociaux et e-réputation (en entreprise ou en agence)
- ▶ Chargé d'études Marketing puis Directeur des études Marketing (en institut d'études)

Conditions d'accès

Peuvent présenter leurs candidatures :

- En M1MCE : les étudiants titulaires d'une Licence de Gestion, Éco-Gestion, Info-Com, AES, LEA, ou tout autre diplôme équivalent, avec des enseignements sur les fondamentaux du Marketing.
- En M2MSPM : les étudiants extérieurs titulaires d'un Master 1 avec des enseignements approfondis et complets en Marketing. Le M2MSPM est ouvert en formation initiale, par apprentissage et en formation continue.

Procédure de recrutement en M1MCE et en M2MSPM en deux étapes :

- Examen du dossier de candidature (diplômes, prérequis, parcours universitaire et professionnel)
- Admission définitive après entretien de motivation en juin-juillet.

Les stages en France et à l'étranger

En Master MCE-MSPM les étudiants réalisent leurs stages dans les pays de leur choix.

Avantage significatif, les stages commencent début mars en M1MCE pour 3 à 6 mois, puis en M2MSPM, une formule originale d'enseignements concentrés de septembre à décembre avec un contrôle continu à 100 %, permet un départ en stage début janvier pour 4 à 6 mois.

Ces calendriers répondent aux attentes de nombreuses entreprises proposant des missions à responsabilités de longue durée avec une dimension d'analyse stratégique en Marketing ou Communication.

Les étudiants sont étroitement encadrés dans leur recherche de bons stages, et pour leurs mémoires (en français) : document de Consignes, formation à la recherche documentaire pour la bibliographie.

Retrouvez les contacts de l'équipe pédagogique et les détails de cette formation sur www.montpellier-management.fr/formations/



FORMATION INITIALE



FORMATION CONTINUE

Le master Recherche et Études en Management dispense aux étudiants une formation de haut niveau en management, axée sur une spécialisation dans la recherche et les études. Les 100 heures d'enseignement doivent être complétées par des cours suivis dans le cadre d'un master en Sciences de gestion d'une université de Montpellier ou par une validation des acquis professionnels justifiant de compétences équivalentes en management.

Les principaux avantages de cette formation sont les suivants :

- La possibilité d'acquérir une double compétence en recherche et pratique professionnelle dans le domaine du management
- Un corps professoral composé d'universitaires de niveau international dans la recherche
- Une formation sélective limitée à 20 étudiants environ par promotion,
- Des cours de méthodologie de recherche, permettant de maîtriser les principaux dispositifs de collecte et d'analyse des données
- Un encadrement pour la réalisation du mémoire de recherche

Objectifs de la formation

Ce master a pour objectif de préparer les étudiants à l'insertion professionnelle dans le domaine des études et de la recherche, par l'intégration de bureaux d'étude dédiés aux sciences du management de l'entreprise et des organisations à l'issue du master, ou par l'intégration dans une équipe de recherche universitaire en vue de préparer un Doctorat.

À l'issue de la thèse de Doctorat, les étudiants peuvent être candidats à des postes d'enseignants-chercheurs dans des universités françaises ou étrangères, des écoles de commerce, ainsi que des institutions publiques de recherche.

Le parcours REM dote également les étudiants de compétences en matière de conception et de gestion de projets de recherche, ce qui leur permet d'intégrer également des cabinets d'études et de conseil en management.



Perspectives professionnelles

Le Master Recherche et Études en Management permet à des étudiants souhaitant s'engager dans la voie du Doctorat d'acquérir les connaissances fondamentales de la recherche en sciences de gestion.



Chercheur ou enseignant-chercheur en sciences de Gestion (après l'obtention d'un Doctorat)



Consultant



Responsable d'études et de recherche dans le domaine du management



Chargé d'études



Chargé de clientèle dans un cabinet d'études



Enseignant

Conditions d'accès

- Étudiants titulaires d'un Master 1 et inscrits en Master 2 « professionnel » dans le domaine des sciences de gestion dans une université de Montpellier.
- Étudiants inscrits en Doctorat et ne possédant pas de Master Recherche.
- Professionnels justifiant d'une expérience dans le domaine (VAE, VAP).
- Les candidats sont sélectionnés à partir d'un dossier par un jury composé d'universitaires.



Cette formation est délivrée par Montpellier Management et l'IAE de Montpellier.



Partenaires

IAE MONTPELLIER
École Universitaire
de Management

MRM
Montpellier Research in Management

Retrouvez les contacts de l'équipe pédagogique et les détails de cette formation sur www.montpellier-management.fr/formations/

Une information complète sur notre site internet

Présentation des différentes formations ; coordonnées des responsables pédagogiques et gestionnaires de formation ; FAQ sur les contrats en alternance ; informations sur les pays partenaires des relations internationales ; calendriers universitaires ; CV des enseignants-chercheurs...

Toutes les informations de Montpellier Management sont mises à disposition et actualisées quotidiennement sur notre site internet.



www.montpellier.management.fr

www.resum.umontpellier.fr

ResUM est un véritable réseau professionnel qui met en relation entreprises, étudiants et jeunes diplômés de Montpellier Management et des 15 autres composantes de l'Université de Montpellier. L'objectif de ce réseau est de faciliter l'accès à l'emploi des étudiants et des jeunes diplômés, d'offrir aux anciens de nouvelles opportunités et aux recruteurs un vivier de jeunes talents. Toutes les actualités et les offres de stage, d'alternance et d'emploi y sont diffusées chaque jour. Avec ResUM, les étudiants communiquent leur CV et les recruteurs ciblent un profil spécialisé en fonction des compétences et de l'expérience recherchée. Il s'agit de l'outil idéal pour optimiser ses démarches d'insertion professionnelle et booster son réseau !



Un réseau professionnel avec ResUM

En temps réel sur les réseaux

La vie universitaire à Montpellier Management est ponctuée de nombreux événements tout au long de l'année : rentrées étudiantes, accueil des étudiants étrangers, conférences, job-dating... que l'on peut suivre en temps réel sur les réseaux sociaux de Montpellier Management ! Mais l'actualité de Montpellier Management, c'est aussi des jeux concours, les interventions vidéo des enseignants-chercheurs, les conseils et astuces en période de partiels... Autant d'éléments qui font la vie de l'Institut, à retrouver chaque jour sur les pages Twitter, Facebook, YouTube et LinkedIn de Montpellier Management.



Institut Montpellier Management



Montpellier Management



Montpellier Management



@MtpManagement



MONTPELLIER MANAGEMENT

Espace Richter
Rue Vendémiaire, Bât. B - CS19519
34960 Montpellier cedex 2
Tel. 04 34 43 20 00

ANTENNE DE LOZÈRE

Site Orfeuillette
La Garde - 48200 Albaret Ste Marie

www.montpellier-management.fr

