

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

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/