



FORMATION INITIALE



FORMATION CONTINUE



FORMATION EN ALTERNANCE

(uniquement en M2)

Ce Master apporte aux étudiants une formation qui couvre les différentes facettes des marketing et data analytics – la collecte, la gestion et l'analyse des données – afin d'améliorer la performance marketing. Dans cet objectif, la formation met l'accent sur le processus des marketing analytics du développement et l'utilisation des outils statistiques jusqu'à la communication efficace aux publics via la data visualisation en passant par des applications dans les domaines clés du marketing stratégique (par ex. la segmentation et le ciblage), du marketing numérique (par ex. l'efficacité des publicités en ligne) et du marketing relationnel (par ex. le capital client ou la Customer Lifetime Value, CLV).

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.

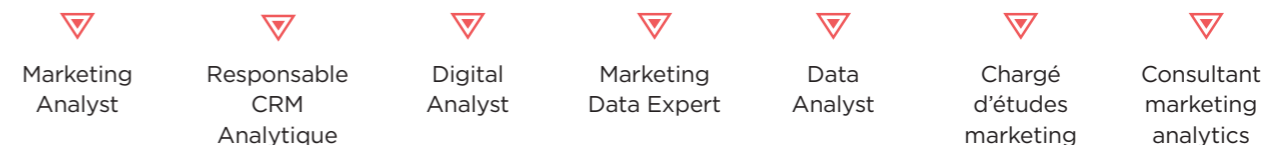
Des intervenants professionnels de haut niveau participent aux diverses activités pédagogiques sous forme de cours et de conférences, mais également dans le cadre des soutenances de mémoire, du tutorat de stages et des entretiens de sélection.

Objectifs de la formation

Le Master Marketing et Data Analytics 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



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/