

## M1 & M2 Marketing Vente

### *Communication et Marketing et Digitale*

Code RNCP : [RNCP35907](#)

Code diplôme : 13531276

Rythme de la formation				
Date	Durée	Lieux de formation	Niveau du diplôme	Coût de la formation
A venir	M1 :450 heures M2 : 400 heures	1 <sup>ère</sup> et 2 <sup>ème</sup> années IAE Site de Valence - UGA IUT de Valence 51 rue Barthélémy de Laffemas 26000 Valence	Bac+4 Bac+5	Non communiqué

#### Modalités de financement de la formation

Dans le cadre d'un contrat d'apprentissage, la formation est prise en charge par l'OPCO de l'employeur.  
L'apprenti.e est assujetti aux présents frais de scolarité.

- Employeur privé : la prise en charge s'effectue par l'OPCO dont dépend la branche professionnelle de l'entreprise.

**Merci de vous rapprocher de celui-ci pour connaître le montant de prise en charge.**

- Employeur public : seules les collectivités territoriales bénéficient d'une prise en charge totale du coût de la formation via le CNFTP. Les fonctions publiques d'Etat et Hospitalière doivent prendre en charge la totalité du coût de formation.

- Dans les cas de reste à charge, il est financé par l'employeur de l'apprenti.e.

Le CFA est à l'écoute des diverses demandes, questions à ce sujet pour l'employeur et l'apprenti.e.

#### Prérequis

**Le Master 1** s'adresse à des candidats titulaires d'une licence délivrée par une université européenne ou diplôme équivalent ou au moins 180 crédits ECTS dans une formation universitaire

adaptée ou visée par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

Présentation d'un test d'anglais de niveau B1 minimum (consultez la liste des tests d'anglais acceptés par l'établissement) ;

Un niveau B2 minimum en français, pour les étudiants internationaux, certifié par un test de moins de 2 ans au 1er janvier de l'année de sélection, est nécessaire pour l'accès en Master 1.

Elle est également accessible aux salariés qui souhaitent effectuer une Validation des Acquis de l'Expérience (VAE).

**Le Master 2** s'adresse aux étudiants titulaires

d'un Master 1 Marketing, vente (en priorité)

d'un M1 délivrée par une université européenne ou diplôme équivalent.

ou avoir obtenu au moins 240 crédits ECTS dans une formation universitaire adaptée ou visée par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

Un niveau B1 minimum en anglais, certifié par un test de moins de 2 ans au 1er janvier de l'année de sélection, est nécessaire pour l'accès en M2.

Un niveau B2 minimum en français, pour les étudiants internationaux, certifié par un test de moins de 2 ans au 1er janvier de l'année de sélection, est nécessaire pour l'accès en Master 2.

Elle est également accessible aux salariés qui souhaitent effectuer une Validation des Acquis de l'Expérience (VAE).

## Accessibilité

Afin de permettre aux étudiant.es de réussir leurs études et vie étudiante, des services personnalisés sont ouverts à tout étudiant.es confronté.es à un problème lié à la maladie ou au handicap, permanent, chronique, évolutif.

En savoir plus :

[Site de l'IAE](#)

[Site de l'INP](#)

## Modalité d'accès

L'admission se déroule en 2 étapes :

- examen de votre dossier académique
  - oral d'admission pour présentation du projet professionnel
- Inscription sur la plateforme [Ecandidat](#)

En savoir plus : [Inscription](#)

## Équivalences / passerelles

Des dispositifs spécifiques à l'enseignement supérieur permettent de valoriser l'expérience professionnelle et extra-professionnelle pour l'obtention d'un diplôme en totalité ou en partie ou pour un accès à une formation universitaire sans avoir le diplôme requis. Nous vous invitons à

prendre connaissance des modalités relatives à chaque procédure afin d'identifier celle qui est la plus pertinente au regard de votre situation et de votre objectif professionnel ou personnel.

En savoir plus :  
[Site de l'IAE](#)  
[Site de l'UGA](#)

**Délais d'accès à la formation**

**1<sup>ère</sup> année :**  
 Inscription sur la plateforme [ecandidat](#) : du 25 février au 24 mars 2025  
 Résultat d'admission : Au plus tard le 2 mai 2025  
 Inscriptions administratives : A partir de début juillet 2025

**2<sup>ème</sup> année :**  
 Inscription sur la plateforme [ecandidat](#) : du 25 février au 8 avril 2025  
 Résultat d'admission : Au plus tard le 22 mai 2025  
 Inscriptions administratives : A partir de début juillet 2025

## Présentation de la formation

**Secteurs d'activités**

Nouvelles technologies ; transport et logistique ; agroalimentaire ; énergie ; bâtiment ; automobile ; tourisme ; santé ; information/communication ; finances ; immobilier ; construction

**Métiers**

Chef.fe de projet, produit, secteur, publicité  
 Chargé.e d'études, de communication et e-communication  
 Trafic manager  
 Responsable marketing et digital  
 Directeur.rice commercial  
 Cadre dans la distribution  
 Responsable export  
 Responsable merchandising  
 Category manager  
 Trade marketer

**Suite du parcours / débouchés**

Après le Master 1, l'étudiant peut candidater à des postes d'assistant marketing plutôt en PME.  
 En 2e année, quelle que soit la spécialité choisie, il peut prétendre à des métiers généralistes en marketing.  
 Cependant, la spécialisation en 2e année facilite l'accès à certains métiers :  
[Master 2 Communication marketing et digitale](#) : métiers de la communication en entreprise ou agence de communication uniquement en alternance ou en formation continue sur le site de Valence  
[Master 2 Ingénierie marketing des marques](#) : métiers de chef de produit/marque  
[Master 2 Marketing digital et consommateur connecté](#) : métiers du webmarketing uniquement en alternance ou en formation continue sur le site de Grenoble

Master 2 Le Quanti : Research and data intelligence in marketing :

- Option Recherche : (conseil en entreprise, enseignement / recherche dans les universités et écoles ou dans des laboratoires de recherche comme ceux du CNRS), prépare à l'entrée dans l'école doctorale de Sciences de Gestion qui, à l'issue d'une formation complémentaire et la réalisation d'une thèse en 3 ans, permet l'obtention d'un doctorat.
- Option professionnelle : métiers des études en marketing (métiers de chargé d'études en instituts ou chez l'annonceur).

## Chiffres clés



### 1<sup>ère</sup> année :

Taux de satisfaction apprentis : 72 %

Taux d'insertion professionnelle : 85 %

### 2<sup>ème</sup> année :

Taux de satisfaction apprentis : 79 %

Taux d'insertion professionnelle : 89 %

[Statistiques détaillées par formations](#)

## Objectifs de la formation

Aptitudes	Compétences
Participation au développement d'actions stratégiques relatives au marketing	Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
Gestion d'une offre de produits ou services	Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine
Contrôle de l'évolution des marchés et veille concurrentielle	Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
Etude et analyse du comportement du consommateur	Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
Gestion de la communication des marques et de l'entreprise	Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
Management des équipes marketing et commerciales de l'entreprise	Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des

	contextes internationaux
Compréhension des nouveaux outils utilisés en marketing	Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation
Intégration du digital dans l'ensemble des activités et développement de solutions innovantes en digital marketing	Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
Développement d'approches commerciales innovantes	Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère
	Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
	Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
	Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
	Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
	Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale
	<b>Elaborer une vision stratégique en Marketing-Vente Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente :</b>
	Développer des politiques et pratiques permettant de définir la politique commerciale, de développer un plan d'action commerciale et d'élaborer et conduire la

	politique promotionnelle
	Appliquer et mettre en œuvre des politiques et pratiques permettant d'analyser les données de panels pour la prise de décision, d'intégrer le digital dans la stratégie et l'opérationnel, de mettre en place une politique de communication intégrée : à l'interne et à l'externe et de lancer et développer une offre de produits/services
	<b>Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en Marketing-Vente :</b>
	Contrôler et mesurer la pertinence et la performance des outils de gestion en commanditant ou réalisant des études qualitatives ou quantitatives, en utilisant des logiciels d'analyse numérique et textuelle (SAS, SPSS, R, N-Vivo, Lexica, Sphinx...) et en gérant un compte d'exploitation
	Auditer, évaluer et analyser les risques associés et analyser les données et opérationnaliser les résultats
	Mettre en œuvre des règles, des normes et des démarches qualité en Marketing-Vente :
	Appliquer et respecter des règles et des normes liées au droit commercial en particulier et savoir élaborer et suivre des budgets, des tableaux de bord d'activité
	Développer des process, des démarches qualité, innovation, etc. afin de proposer des politiques commerciales et marketing les plus innovantes possibles
	<b>Développer une culture managériale et organisationnelle :</b>
	Animer et fédérer des collectifs, développer son relationnel et son leadership
	Conseiller et négocier avec ses équipes et ses partenaires d'affaires
	Gérer l'organisation du travail et les transformations possibles
	<b>Accompagner les comportements et postures au travail :</b>

	Piloter son projet de développement personnel
	Développer les compétences comportementales et métiers (les siennes ou celles de ses équipes)

Blocs / modules de compétences	<p>Le bloc de connaissances et de compétences est un ensemble cohérent d'UE visant à valider et à attester l'acquisition d'ensembles homogènes et cohérents de compétences.</p> <p>Le bloc de connaissances et de compétences peut être acquis :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•soit par validation de chacune des UE qui le composent (note <math>\geq 10/20</math>),</li> <li>•soit par compensation entre ces UE (moyenne générale <math>\geq 10/20</math>).</li> </ul>
Modalités d'enseignement	<p>3 semaines en entreprise, 1 semaine en cours en présentiel à Grenoble IAE - INP</p> <p>Les cours sont organisés sur une semaine de 35h avec une plage horaire de 8h à 20h.</p>

Contenus pédagogiques 1 <sup>ère</sup> année		
Description	ECTS	Nombre d'heures
M1 Marketing Vente	120.0	450.0
<b>Analyse et stratégie marketing</b>	<b>9.0</b>	<b>66.5</b>
Comportement du consommateur : fondamentaux et nouvelles tendances – JVMK7M13	3.0	0.0
Introduction à la recherche en marketing – JVMK7M14	3.0	0.0
Data management et statistiques pour le marketing – JVMK7M24	3.0	0.0
<b>Pratiques et métiers du marketing</b>	<b>10.0</b>	<b>70.0</b>
Management des produits, des marques et innovation – JVMK7M24	2.5	0.0
Etude et prise de décision marketing – JVMK7M25	2.5	0.0
Communication marketing et digitale – JVMK7M26	2.5	0.0
Marketing digital – JVMK7M27	2.5	0.0
<b>Gestion et compétences transversales</b>	<b>8.5</b>	<b>39.0</b>
English : Business & Society – JVMK7M32	3.0	0.0
Psychologie sociale et cognitive – JVMK7M33	3.0	0.0

<b>Entrepreneuriat et innovation</b>	<b>2.5</b>	<b>21.0</b>
Séminaire de créativité – J VX7EM54	2.5	0.0
<b>Approfondissement en marketing</b>	<b>8.0</b>	<b>64.0</b>
Marketing social et sociétal – J VMK8M14	2.5	0.0
Marketing des services – J VMK8M15	2.5	0.0
Ethique du marketing & Marketing éthique – J VMK8M17	2.0	0.0
Management commercial et négociation – J VMK8M18	2.0	0.0
<b>Professionnalisation en marketing</b>	<b>11.0</b>	<b>38.5</b>
Mémoire – J VMK8M23	3.0	0.0
English : Business & Society – J VMK8M24	2.0	0.0
Mission en entreprise – J VMK8M25	6.0	0.0
Tutorat individuel – J VMK8M26	0.0	0.0
Intégration – J VMK8M27	0.0	0.0
<b>Pré-spécialisation en communication</b>	<b>6.0</b>	<b>66.5</b>
PAO- J VMK8M35	2.0	0.0
Production vidéo & design – J VMK8M36	2.0	0.0
Stratégie créative (cours projet com persuasive PAO) – J VMK8M37	2.0	0.0
<b>Entrepreneuriat et innovation</b>	<b>5.0</b>	<b>28.0</b>
Projet autour de la création d'une agence de communication / agence marketing digital – J VMK8M40	5.0	0.0

## Contenus pédagogiques 2<sup>ème</sup> année

Description	ECTS	Nombre d'heures
M2 Marketing Vente, communication Marketing et Digitale	120.00	400.0
<b>Elaborer une stratégie de communication responsable</b>	<b>8.0</b>	<b>49.0</b>
Ethique et communication sociale – J VMT9M19	2.5	0.0
Communication interne – J VMT9M1A	2.5	0.0
<b>Elaborer la stratégie de marketing de contenu</b>	<b>18.0</b>	<b>171.5</b>
Visibilité sur le web – J VMT9M24	3.0	0.0



Social media marketing et programme influenceurs – JVMT9M25	3.0	0.0
Construire un message persuasif – JVMT9M26	3.5	28.0
Relations presse, RP digitales – JVMT	2.5	24.5
Stratégie créative et brand content – JVMT9M28	2.5	24.5
Création de contenu et infographie – JVMT9M29	3.5	42.0
<b>Entrepreneuriat et innovation</b>	<b>4.0</b>	<b>28.0</b>
Gestion de projet : créer son agence de communication – JVMT9M34	4.0	28.0
<b>Communiquer par l'évènement</b>	<b>5.0</b>	<b>49.0</b>
Evènement phygital – JVMTXM16	2.5	24.5
Partenariats (sponsoring, ambassadeur de marque) et ambush marketing – JVMTXM17	2.5	0.0
Webanalytics – JVMTXM25	2.5	0.0
<b>Professionnalisation</b>	<b>20.0</b>	<b>45.5</b>
Mission en entreprise – JVMTXM32	10.0	0.0
Mémoire – JVMTXM33	7.0	0.0
Grand oral – JVMTXM34	2.0	0.0
Tutorat individuel – JVMTXM35	0.0	0.0
Intégration – JVMTXM36	0.0	0.0
Séminaire de spécialité – JVMTXM37	1.0	0.0

Moyens pédagogiques	<p>Un suivi personnalisé avec des tutorats individuels tout au long de l'année</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Intranet Etudiant LEO (agenda, messagerie, emploi du temps, relevé de notes, plateformes pédagogiques, ressources documentaires, informations liées à la scolarité, ou la vie étudiante)</li> <li>- Matériels pédagogiques (prêt d'ordinateurs portables + crédit photocopies, impressions, scanners).</li> <li>- Accès aux conférences, expositions, animations culturelles, aux ressources documentaires de la Bibliothèque lae et Bibliothèque Universitaire</li> <li>- Accès aux Salles informatiques, de travail en groupe avec tableaux blancs</li> <li>- Un réseau dynamique d'Alumni actif</li> <li>- Restaurants universitaires</li> <li>- Centre de Santé</li> </ul>
Modalités de suivi et d'évaluation au cours de la formation	<p>Durant la formation en alternance, un suivi régulier sera effectué par l'intermédiaire du Livret Electronique d'Apprentissage (Le@) qui permettra un échange fluide entre l'équipe pédagogique, l'entreprise et l'apprenti.e.</p>
Modalités d'évaluation du diplôme visé	<p>Une année peut être acquise :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- soit par validation de chacune des UE qui la composent (note <math>\geq 10/20</math>),</li> <li>- soit par compensation annuelle entre UE (moyenne générale à l'année <math>\geq 10/20</math>) sous réserve que la note du projet tuteuré et du mémoire soit supérieure ou égale à 10/20.</li> </ul>
Lien vers la page de la formation	<p>En savoir plus</p> <p><a href="#">Master 1</a></p> <p><a href="#">Master 2</a></p>

## La valeur ajoutée de Formasup IDA



Depuis presque 30 ans, Formasup IDA accompagne les apprentis avec des experts spécialisés dans la gestion et la facilitation administrative de l'apprentissage.

Fondée sur un modèle associatif, l'organisation réunit le monde économique et académique pour un développement concerté de l'apprentissage.

**Formasup IDA c'est une équipe bienveillante qui a à cœur de proposer un accompagnement personnalisé et de qualité aux apprentis, aux entreprises et aux partenaires.**

Nous proposons également un service de veille juridique jurisprudentielle.

## La valeur ajoutée de l'IAE

### Réussir son entrée dans la vie professionnelle

L'école donne accès à des carrières et entreprises prestigieuses. Nos formations sont en phase avec les besoins des entreprises. Elles favorisent pour cela une approche terrain par des projets, des stages longs et de l'alternance. Nos taux d'insertion professionnelle et de salaire en sortie d'études sont similaires à ceux des écoles de commerce payantes, pour un diplôme reconnu par l'État. Retrouver le détail de l'insertion professionnelle de nos diplômés par formation (enquête 2023)

### Appartenir à un réseau

Nos partenariats solides avec le monde professionnel - entreprises, consultants - facilitent l'insertion professionnelle. La plateforme IAE Community met en relation les étudiants avec plus de 500 entreprises, dont 67 à l'étranger, ainsi qu'avec le réseau des 30 000 Alumni.

### Favoriser l'expertise

Nos enseignants adaptent chaque année le contenu des cours par rapport au marché de l'emploi et aux évolutions rapides de la société. La qualité de nos formations est régulièrement récompensée et reconnue par le monde professionnel.

### Aiguiser son esprit critique

L'école accompagne chacun à développer son discernement et à ouvrir son esprit. Nos mises en situation favorisent l'acuité intellectuelle des étudiants.

### Faciliter le parcours des étudiants

L'école guide les étudiants à chaque étape :

Avant intégration : au travers des forums de recrutement et des Journées Portes Ouvertes

Pendant votre intégration : Rencontrez les associations pour découvrir les campus

Au fil de votre cursus : nos services vous accompagnent pour trouver un stage, une alternance (Service Relations Entreprises) et une destination (Service Relations Internationales)

## Des questions sur le contrat d'apprentissage ?

Contact	Téléphone	E-mail
<b>Christèle Grobe</b>	04 76 84 56 52	christele.grobe@formasup-ida.com

## Des questions sur la pédagogie ?

Contact	Téléphone	E-mail
<b>Administration</b>	04 75 41 97 72	marketing-m1-valence@grenoble-iae.fr marketing-m2com- alternance@grenoble-iae.fr

## Des questions sur l'accessibilité au PSH ?

Contact	Téléphone	E-mail
<b>Laëtitia Charasse</b>	04 76 84 56 52	laetitia.charasse@formausp-ida.com

## Des questions sur la mobilité internationale ?

Contact	Téléphone	E-mail
<b>Sabrina Morvan</b>	04 76 84 56 52	sabrina.morvan@formasup-ida.com

V du 17/02/2025