



Centre de Formation des Cadres

Master Marketing

Spécialité : Marketing Stratégique

Diplôme d'Etat Français • Responsable : Jean-Marc Decaudin

COURS DU SOIR (FC)

Objectifs

La spécialité "Marketing Stratégique" permet d'approfondir les politiques et les stratégies marketing : Stratégie de marque, de gamme, de communication ainsi que les approches de marketing opérationnel.

L'objectif pédagogique de cette spécialité permet également d'approfondir la connaissance des comportements du consommateur et des acheteurs, y compris dans les milieux "business to business", de découvrir les modèles partiels et globaux de comportement du consommateur et de comprendre la planification marketing.

Insertion Professionnelle

A titre indicatif :

Chef de produit, chef de marque, responsable commercial, responsable de zone, chargé d'études, responsable de trade marketing, chef de rayon et de secteur, responsable de communication.

Organisation des Études

Le Master Marketing Stratégique est organisé en 2 séquences principales :

- Une séquence de cours de conférences, clôturée par un examen de synthèse.
- Une séquence de mission en entreprise, clôturée par un mémoire et sa soutenance.

Admission

- Titulaire d'un Bac + 4 ou équivalent
- Présélection des candidats sur dossier
- Les candidats présélectionnés sont soumis à un test écrit et un entretien oral avec un jury.

Diplôme

Le Master Marketing, spécialité "Marketing Stratégique" est délivré par l'IAE de l'Université de Toulouse 1 à Casablanca depuis 9 ans.



ESG CFC Casablanc
32 rue El Bakri (ex. Dumont d'Urville)
Tél: 022 20 48 49 / 022 44 40 01-02
Fax: 022 31 56 26 / 022 20 48 57





Spécialité : Marketing Stratégique

Master Marketing

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

La formation est organisée sur une année universitaire en 7 séminaires répartis sur deux semestres qui font l'objet d'ECTs après validation.

UE 1 : CONNAISSANCE ET ANALYSE DES MARCHÉS

Objectif : Maîtriser l'analyse de marché et les techniques d'études, savoir sélectionner et utiliser les techniques d'analyse de données appropriées.

Contenu : Etudes qualitatives, études quantitatives, techniques de panels, analyse de données.

UE 2 : STRATÉGIE MARKETING

Objectif : Approfondir la connaissance des comportements des consommateurs et des acheteurs, aborder les composantes des stratégies marketing, en particulier la marque, établir une planification marketing.

Contenu : Comportement du consommateur, stratégie de marque, planification marketing.

UE 3 : COMMUNICATION MARKETING

Objectif : Maîtriser les stratégies de communications corporate, de marque et de produit, approfondir la connaissance des techniques de communication, y compris Internet et la communication électronique, savoir gérer les études liées à la communication et mener un audit de communication.

Contenu : Stratégies et budgets de communication, techniques de communication médias, communication événementielle, Internet et communication électronique, le plan de communication, pré et post test, audit de communication.

UE 4 : MARKETING OPÉRATIONNEL

Objectif : Maîtriser les différentes techniques de marketing opérationnel, bâtir un plan d'action commercial, contrôler les actions marketing et leur efficacité.

Contenu : Promotion des ventes, marketing direct, gestion de la force de vente, plan d'action commerciale, plan de marketing opérationnel.

UE 5 : POLITIQUE ET STRATÉGIE MARKETING

Objectif : Approfondir les visions stratégiques et les politiques marketing, étudier les stratégies internationales de marketing, intégrer la négociation à la stratégie marketing, maîtriser les axes stratégiques essentiels.

Contenu : Lancement de produit ou de service et gestion de gamme, stratégies internationales de marketing, audit marketing, techniques de négociation.

UE 6 : STAGE EN ENTREPRISE

Objectif : Mettre en application les enseignements dans une situation réelle d'entreprise ou de conseil

Contenu : Mission en entreprise, en agence...

*ECTS : European Credit Transfert System