

master

Management parcours Marketing

Formation initiale / continue / en alternance

CY Cergy Paris Université
CY Tech économie et gestion

33 boulevard du Port
95011 Cergy-Pontoise cedex
ml.management@ml.u-cergy.fr
01 34 25 62 26

www.cyu.fr



Présentation

Le master 1 et 2 Management parcours Marketing est une formation de haut niveau en gestion, dont l’objectif est de former des professionnels du marketing disposant :

- de connaissances techniques solides et actualisées dans les grands domaines du marketing ;
- de compétences transversales (esprit d’analyse et de synthèse) ;
- de bonnes capacités de communication orale et écrite.

Cette formation exigeante, tant sur le plan académique que professionnel, s’organise autour d’enseignements généralistes en gestion et spécialisés en marketing. Le contenu du master et l’accompagnement privilégié que nous offrons à nos étudiants leur permettent d’acquérir toutes les connaissances et compétences indispensables à la réussite de leur carrière.

Le premier semestre du M1 est commun à l’ensemble des parcours du master Management et porte sur des enseignements généralistes et de haut niveau en sciences de gestion.

À partir du deuxième semestre du M1, les enseignements sont spécialisés en marketing, tout en veillant à développer la capacité de jugement des étudiants et une polyvalence disciplinaire, compétences indispensables pour comprendre et décrypter le monde dans lequel ils évolueront.

Le programme pédagogique du M2, quant à lui, s’articule autour de cours d’approfondissement et d’interventions de professionnels du marketing qui vont permettre aux étudiants de développer leurs compétences en termes d’analyse, de marketing statégique et opérationnel et de conduite de projets.

Professionnalisation

L’expérience professionnelle est une condition indispensable pour une bonne insertion dans le monde du travail et la professionnalisation est un axe majeur de la formation. Au cours des 2 années de formation, les étudiants ont la possibilité de suivre les enseignements en formation initiale (FI), en formation continue (FC) ou en formation en apprentissage (FA), en partenariat avec le CFA SACEF. Grâce à notre réseau d’entreprises partenaires, nos étudiants ont accès à des stages et des apprentissages de qualité. Entre le M1 et le M2, les étudiants ont également la possibilité d’effectuer deux stages de 6 mois, ou un stage de 6 mois et un échange au sein d’une université étrangère partenaire dans le cadre du DU de professionnalisation. Par ailleurs, le cursus fait intervenir des professionnels partenaires qui représentent 50 % de l’équipe, à plusieurs niveaux : cours, challenge, conférence...

Admission

Pour être admis en M1, les étudiants doivent être titulaires d’un diplôme de niveau licence et sont idéalement issus d’une formation généraliste en économie-gestion ou d’une formation pertinente pour les métiers visés par le parcours Marketing. Pour être admis en M2, les étudiants doivent être titulaires d’un M1 en gestion ou d’un diplôme d’études supérieures. La sélection se fait sur dossier, puis sur entretien individuel pour les étudiants admissibles. Le score IAE-Message est un élément obligatoire du dossier.

Équipe
de recherche
d’appui

Laboratoire THEMA
(Théorie Economique,
Modélisation et Applications),
UMR CNRS 8184



Programme du master 1

SEMESTRE 1	Volume horaire
Tronc commun	
Théories des organisations	33
Comportement du consommateur	33
Management des opérations	40
Management stratégique	33
Outils de gestion et de communication	30
Business English (1)	24
SEMESTRE 2	Volume horaire
Tronc commun	
Business English (2)	24
Accompagnement à la professionnalisation	10
Entrepreneuriat (FI uniquement)	27
Business game (FI uniquement)	14
Mission en entreprise (FA uniquement)	14
Spécialité	
Fondamentaux de la communication	30
Marketing digital	30
Études de marché	40
Panorama de la distribution	15
Marketing produit	30
Hackathon marketing	15
Conférences métiers	10



Programme du master 2

AIDE À LA DÉCISION MARKETING	Volume horaire
Analyse des données de panels	21
Études qualitatives et quantitatives	28
Recherche en comportement du consommateur	21
Pilotage de la performance marketing	21
MARKETING STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNEL	
Gestion de la marque	21
Communication 360° (1)	28
Marketing digital avancé (1)	21
Distribution multi-canal	21
Management de la relation client	21
CONDUITE DE PROJETS MARKETING	
Communication visuelle	14
Droit la communication	14
Marketing durable	14
English for Marketing FI/FA	28/42
Challenge (FI uniquement)	42
Conception et réalisation d’un site Internet (FA uniquement)	14
Mémoire professionnel FI/FA	7/35
Séminaire de recherche (FA uniquement)	21
Projet de consulting (FA uniquement)	21
ELECTIFS D’APPROFONDISSEMENT (1 au choix)	
Chef de produit	35
Communication 360° (2)	35
Marketing digital avancé (2)	35
Data et IA	35
1 COURS À CHOISIR PARMI	
Marketing de l’art et de la culture	7
Marketing du luxe	7
Marketing BtoB	7
Marketing international	7

DÉBOUCHÉS

En M2, via un choix d’électifs d’approfondissement parmi les 4 suivants : Chef de produit, Communica-tion 360°, Marketing digital avancé, Data et IA, nous formons nos étudiants à une diversité de métiers du marketing.