

MARKETING VENTE

MASTER DOUBLE-DIPLÔME FRANCO-ALLEMAND DE GESTION DES AFFAIRES ET MARKETING AVEC L'UNIVERSITÉ DE PASSAU



Le Master est inscrit de droit en tant que diplôme d'Etat au Répertoire National de la Certification Professionnelle (Code RNCP 35907). Il est homologué de niveau 7.

Le Master Double-Diplôme Franco-Allemand de Gestion des Affaires et Marketing, soutenu par l'Université Franco-Allemande, offre de belles perspectives de carrières à l'international, en marketing.

À l'issue de ce cursus binational, les étudiants obtiennent deux diplômes.

- Master of Science en Gestion des Affaires de l'Université de Passau avec une spécialisation en gestion internationale et marketing.
- Master en Marketing, Vente de l'Université de Lorraine avec une spécialisation, au choix, en Marketing et communication du point de vente, Marketing et communication appliqués au digital, Marketing et communication du nouveau produit.

Ce Master offre également la possibilité de suivre le master 2 en double diplôme avec le Master Métiers du Conseil et de la Recherche.

OBJECTIFS ET DÉBOUCHÉS

Les objectifs principaux de cette formation sur deux années sont d'acquérir les savoirs, les outils et les méthodes de travail pour devenir un manager capable de construire une stratégie marketing et d'évoluer dans un environnement international. Pour cela, ce double-diplôme :

- délivre une solide formation sur l'ensemble des disciplines de la gestion en première année.
- offre aux étudiants une spécialisation en deuxième année dans l'un des parcours suivants : Marketing et communication du point de vente, Marketing et communication appliqués au digital, Marketing et communication du nouveau produit.

Les débouchés possibles sont pour les diplômés de la formation d'occuper les fonctions de cadre au sein d'organisations internationales, dans les métiers du management commercial et du marketing

(responsable marketing et communication, manager de produit ou de développement d'activité, responsable de la stratégie marketing, chargé d'expérience client omnicanal, category manager).

ORGANISATION DES ÉTUDES ET PROFESSIONNALISATION

Les étudiants français et allemand du programme suivent les cours à l'Université de Passau en première année (1er et 2e semestres) puis intègrent l'Université de Lorraine en deuxième année de Master (3e et 4e semestres).

Un stage obligatoire d'une durée de 616h à 924h est réalisé en 2e année de Master. Ce stage se déroule dans un pays germanophone pour les étudiants français et dans un pays francophone pour les étudiants allemands.

Cette formation est dispensée en français, en allemand et en anglais.

CONDITIONS D'ACCÈS

- Être titulaire d'une formation de niveau Bac + 3 (180 ECTS) en sciences de gestion, en économie, en langues étrangères appliquées ou en langues, littératures et civilisations étrangères et régionales. La formation reste ouverte à d'autres profils d'étudiants issus d'autres disciplines ayant un souhait de se réorienter vers le management en entreprise et le marketing.
- Avoir un niveau B2 minimum en allemand, anglais et français est nécessaire pour pouvoir intégrer le cursus.

L'Université de Lorraine propose des dispositifs d'accompagnement pour perfectionner son niveau d'allemand et d'anglais <https://lansad.univ-lorraine.fr/>

- **Retrait des dossiers de candidature à compter de la mi-mars :**
Dossier à télécharger sur le site ecandidat.univ-lorraine.fr.
Accès sur dossier et si admissibilité, entretien de sélection.

1 rue Augustin Fresnel
BP 15100
57073 Metz Cedex 3

Tél : +33 (0)3 72 74 88 40
Fax : +33 (0)3 72 74 88 41
iaemetz.univ-lorraine.fr

DOUBLE DIPLÔME

FORMATION INITIALE

CONTACT

Formation initiale

iaemetz-master-mv@univ-lorraine.fr

Stage & insertion

iaemetz-stages-emplois@univ-lorraine.fr

DURÉE DE LA FORMATION

- en M1 (Passau) : d'octobre à août.
- en M2 (Metz) : de septembre à mars (puis en stage de mars à septembre).
- Stage : 616h à 924h de présence effective en entreprise.

LIEU DE LA FORMATION

Faculty of Business Administration and Economics - Universität Passau
IAE Metz School of Management - Université de Lorraine

FRAIS DE SCOLARITÉ

Consultez notre site web

RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE EN ALLEMAGNE

Prof. Dr. Jan H. SCHUMANN
jan.schumann@uni-passau.de

RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE EN FRANCE

Dr. Sandrine HEITZ-SPAHN
sandrine.sphahn@univ-lorraine.fr

M1 - FACULTY OF BUSINESS AND ECONOMICS

La première année permet à l'étudiant d'acquérir un total de 60 ECTS répartis entre différents modules.

SEMESTRE

SEMESTRE

MÉTHODES
10 ECTS

SÉMINAIRE
MARKETING
7 ECTS

AUTRES
ENSEIGNEMENTS
10 ECTS

ENSEIGNEMENTS
D'INTRODUCTION
18 ECTS

ENSEIGNEMENTS
SPÉCIALISÉS
15 ECTS

La répartition de ces modules et du contenu de ceux-ci est libre sur les deux semestres, au regard des possibilités permises par l'offre de formation et des objectifs de ce double-diplôme.

EXEMPLE DE RÉPARTITION

METHODS
(10 ECTS)

COMPULSORY PRINCIPLE COURSE (INTRODUCTION)
(5 ECTS)

INTRODUCTORY LECTURES
(15 ECTS)

MARKETING SEMINAR
(7 ECTS)

COMPULSORY PRINCIPLE COURSE (SPECIALIZED)
(5 ECTS)

SPECIALIZED LECTURES
(20 ECTS)

Plus d'informations à ce sujet <https://iaemetz.univ-lorraine.fr/fr/nos-formations/catalogue-de-formations/master-double-diplome-franco-allemand-de-gestion-des>

M2 - IAE METZ SCHOOL OF MANAGEMENT

La seconde année permet à l'étudiant d'acquérir un total de 60 ECTS. La répartition des enseignements au sein des différents modules est stricte. L'étudiant choisit une spécialisation : Marketing et communication du point de vente, Marketing et communication appliqués au digital, Marketing et communication du nouveau produit.

SEMESTRE

SEMESTRE

TRONC COMMUN

INTERNATIONAL BUSINESS ENVIRONMENT
(6 ECTS)

INITIATION À LA RECHERCHE
(6 ECTS)

COMMUNICATION MARKETING APPROFONDIE
(6 ECTS)

STIMULI ET DONNÉES MARKETING
(6 ECTS)

SPÉCIALITÉ MARKETING ET COMMUNICATION DU POINT DE VENTE

STRATÉGIE ET MARKETING DU DISTRIBUTEUR 1
(6 ECTS)

SPÉCIALITÉ MARKETING ET COMMUNICATION APPLIQUÉS AU DIGITAL

CRÉATION ET DÉVELOPPEMENT DE TRAFIC
(6 ECTS)

SPÉCIALITÉ MARKETING ET COMMUNICATION DU NOUVEAU PRODUIT

PROCESSUS D'INNOVATION
(6 ECTS)

TRONC COMMUN

MARKETING ET DÉFIS SOCIAUX
(3 ECTS)

PRATIQUES MARKETING
(3 ECTS)

CONDUITE DE PROJET
(18 ECTS)

SPÉCIALITÉ MARKETING ET COMMUNICATION DU POINT DE VENTE

STRATÉGIE ET MARKETING DU DISTRIBUTEUR 2
(3 ECTS)

GESTION DE CONTENU ET DES COMMUNAUTÉS EN LIGNE
(3 ECTS)

SPÉCIALITÉ MARKETING ET COMMUNICATION APPLIQUÉS AU DIGITAL

MARKETING À L'HEURE DU DIGITAL 3
(3 ECTS)

GESTION DE CONTENU ET DES COMMUNAUTÉS EN LIGNE
(3 ECTS)

SPÉCIALITÉ MARKETING ET COMMUNICATION DU NOUVEAU PRODUIT

CONCEPTION ET TEST DES NOUVEAUX PRODUITS
(3 ECTS)

DISTRIBUER ET PROMOUVOIR LES OFFRES INNOVANTES
(3 ECTS)