

# Décisions marketing opérationnelles et digitales

## Marketing vente

### Compétences

#### DES EXPERTS POLYVALENTS :

- Acquérir des connaissances et méthodes solides en marketing, digital, vente et distribution
- Connaître les dernières avancées de la recherche et de la pratique, les évolutions métiers
- Travailler en mode projet

#### UN APPRENTISSAGE INSCRIT DANS LE RÉEL

Une pédagogie par l'action (cas, serious games, challenges d'entreprises, etc...), des projets pensés comme des missions de conseil, une large place donnée à l'expérience en entreprise.

### Conditions d'accès

Baccalauréat + 3/4

### Organisation

#### Organisation

La formation se déroule sur 2 années.

Le master 1 comprend des cours dédiés aux fondamentaux du management, aux compétences transversales (informatique, statistique), des cours communs avec le master Entrepreneurat (veille, créativité, digital, outils web) et des cours de spécialisation en marketing, études, marketing digital et distribution.

Outre un cours d'anglais du management, certains cours sont enseignés en anglais.

### Modalités de formation

FORMATION INITIALE

FORMATION CONTINUE

EN ALTERNANCE

### Informations pratiques

#### Lieux de la formation

Institut d'Administration  
des Entreprises

#### Volume horaire (FC)

889 h

#### Contacts Formation Initiale

Anaïs Pennognon

[03 22 82 71 44](tel:0322827144)

[scolarite-iae@u-picardie.fr](mailto:scolarite-iae@u-picardie.fr)

#### Plus d'informations

Institut d'Administration des  
Entreprises

Pôle Universitaire Cathédrale,

Un projet de spécialité rythme également l'année.

Le master 2 est dédié à la spécialisation en marketing stratégique, marketing opérationnel, marketing digital et commerce connecté, distribution et management commercial.

Une mission de conseil marketing pour une organisation locale rythme l'année

Certains cours sont enseignés en anglais et une certification est proposée.

Les deux années (ou la seule année de M2) peuvent être effectuées en alternance avec un rythme d'une semaine en formation / une semaine en entreprise (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation).

Volume horaire : 889 h au total, Crédits 120 ECTS

10 Placette Lafleur – BP 2716  
80027 Amiens Cedex 1  
France

<https://iae.u-picardie.fr/>

## Période de formation

De septembre à juin

Alternance ou stage de 4 mois minimum en M2

## Contrôle des connaissances

Contrôle continu et/ou examens terminaux.

## Responsable(s) pédagogique(s)

Sophie Changeur

[sophie.changeur@u-picardie.fr](mailto:sophie.changeur@u-picardie.fr)

## Programmes

| VET MIROIR (Pour annexe)                                     | Volume horaire | CM | TD | TP | ECTS |
|--------------------------------------------------------------|----------------|----|----|----|------|
| Compétence 1 Mettre en oeuvre les nouvelles méthodes, nouvel |                |    |    |    | 10   |
| UE Competence 1 Master 1 Semestre 1                          |                |    |    |    | 3    |
| Transformations digitales du marketing (et certification GOO | 21             | 15 | 6  |    | 3    |
| UE Competence 1 Master 1 Semestre 2                          |                |    |    |    | 7    |
| Les bases de l'IA (et certification elements of AI)          | 14             | 10 | 4  |    | 1    |
| Mesures de performance webmarketing                          | 14             | 10 | 4  |    | 2    |
| Outils avancés du WEB et du e-commerce                       | 21             | 15 | 6  |    | 2    |
| SAE Gestion de projet marketing digital                      | 16             |    | 16 |    | 2    |
| Compétence 2 Mener une démarche scientifique en marketing    |                |    |    |    | 11   |
| UE Competence 2 Master 1 Semestre 1                          |                |    |    |    | 8    |

|                                                              |    |    |    |  |    |
|--------------------------------------------------------------|----|----|----|--|----|
| Anglais du marketing et de la recherche en marketing         | 28 | 20 | 8  |  | 3  |
| Initiation à la recherche et méthodes d'enquêtes             | 14 | 10 | 4  |  | 1  |
| Statistiques appliquées au marketing                         | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| SAE projet de recherche dirigé en anglais                    | 10 |    | 10 |  | 2  |
| UE Competence 2 Master 1 Semestre 2                          |    |    |    |  | 3  |
| Analyse des données et datamining                            | 28 | 20 | 8  |  | 3  |
| Compétence 3 Adopter une posture et une pratique professionn |    |    |    |  | 9  |
| UE Competence 3 Master 1 Semestre 1                          |    |    |    |  | 5  |
| Marketing international et interculturel                     | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| SAE Management de projets                                    | 21 | 15 | 6  |  | 3  |
| UE Competence 3 Master 1 Semestre 2                          |    |    |    |  | 4  |
| Comportement organisationnel                                 | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| Management d'équipes commerciales                            | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| Compétence 4 Agir en tant que responsable marketing dans une |    |    |    |  | 12 |
| UE Competence 4 Master 1 Semestre 1                          |    |    |    |  | 7  |
| Analyse des tendances de consommation                        | 14 | 10 | 4  |  | 1  |
| De l'idée au marché                                          | 28 | 20 | 8  |  | 3  |
| SAE Décisions marketing (serious game)                       | 35 | 25 | 10 |  | 3  |
| UE Competence 4 Master 1 Semestre 2                          |    |    |    |  | 5  |
| Analyse financière et contrôle de gestion                    | 21 | 15 | 6  |  | 3  |
| Droit de la consommation et de la concurrence                | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| Compétence 5 Gérer la distribution et la communication dans  |    |    |    |  | 9  |
| UE Competence 5 Master 1 Semestre 1                          |    |    |    |  | 4  |
| Stratégie de distribution et trade marketing                 | 21 | 15 | 6  |  | 3  |
| SAE Etude de cas réel en distribution                        | 6  |    | 6  |  | 1  |
| UE Competence 5 Master 1 Semestre 2                          |    |    |    |  | 5  |
| Création de contenus audiovisuels et content management      | 28 | 20 | 8  |  | 2  |
| Communication multicanale                                    | 14 | 10 | 4  |  | 2  |
| SAE Etude de cas réel en communication                       | 6  |    | 6  |  | 1  |
|                                                              |    |    |    |  |    |

|                                                              |    |    |    |  |   |
|--------------------------------------------------------------|----|----|----|--|---|
| Compétence 6 Inscrire ses pratiques marketing dans la transf |    |    |    |  | 9 |
| UE Competence 6 Master 1 Semestre 1                          |    |    |    |  | 3 |
| Marketing responsable et stratégie RSE des organisations     | 21 | 15 | 6  |  | 3 |
| UE Competence 6 Master 1 Semestre 2                          |    |    |    |  | 6 |
| Atelier Climat – carbone                                     | 6  |    | 6  |  | 1 |
| Nouveaux consommateurs, nouvelles consommations              | 14 | 10 | 4  |  | 2 |
| SAE Projet de spécialité : marketing eco-responsable et/ou i | 10 |    | 10 |  | 3 |
| BONUS MASTER 1 SEMESTRE 1                                    |    |    |    |  |   |
| BONUS MASTER 1 SEMESTRE 2                                    |    |    |    |  |   |

| VET MIROIR M1 MV – DMOD                            | Volume horaire | CM | TD | TP | ECTS |
|----------------------------------------------------|----------------|----|----|----|------|
| BILAN COMPETENCES MASTER 1 MARKETING VENTE         |                |    |    |    |      |
| Compétence 1 – Niveau 1 – Master 1 MARKETING VENTE |                |    |    |    | 10   |
| Compétence 2 – Niveau 1 – Master 1 MARKETING VENTE |                |    |    |    | 11   |
| Compétence 3 – Niveau 1 – Master 1 MARKETING VENTE |                |    |    |    | 9    |
| Compétence 4 – Niveau 1 – Master 1 MARKETING VENTE |                |    |    |    | 12   |
| Compétence 5 – Niveau 1 – Master 1 MARKETING VENTE |                |    |    |    | 9    |
| Compétence 6 – Niveau 1 – Master 1 MARKETING VENTE |                |    |    |    | 9    |

| VET MIROIR (Pour annexe)                                     | Volume horaire | CM | TD | TP | ECTS |
|--------------------------------------------------------------|----------------|----|----|----|------|
| Compétence 1 Mettre en oeuvre les nouvelles méthodes, nouvel |                |    |    |    | 6    |
| Commerce connecté et phygital                                | 21             | 15 | 6  |    | 2    |
| Futures of ai and digital based marketing                    | 21             | 15 | 6  |    | 2    |
| SAE Mining user-generated contents                           | 21             | 15 | 6  |    | 2    |
| Compétence 2 Mener une démarche scientifique en marketing    |                |    |    |    | 17   |
| Méthodes de recherche et d'analyse avancées qualitatives et  | 28             | 20 | 8  |    | 3    |
| SAE Mémoire de fin d'études                                  | 16             | 16 |    |    | 14   |
| Compétence 3 Adopter une posture et une pratique professionn |                |    |    |    | 15   |
|                                                              |                |    |    |    |      |

|                                                              |    |    |    |  |   |
|--------------------------------------------------------------|----|----|----|--|---|
| Cross cultural business                                      | 21 | 15 | 6  |  | 2 |
| Certification TOEIC                                          | 7  |    | 7  |  | 2 |
| Développement personnel et professionnel                     | 28 | 20 | 8  |  | 3 |
| SAE Mission de conseil en marketing                          | 29 | 21 | 8  |  | 8 |
| Compétence 4 Agir en tant que responsable marketing dans une |    |    |    |  | 7 |
| Fonction chef de produit marketing                           | 28 | 20 | 8  |  | 3 |
| Pilotage de la performance commerciale et financière         | 28 | 20 | 8  |  | 2 |
| SAE Gestion des marques                                      | 21 | 15 | 6  |  | 2 |
| Compétence 5 Gérer la distribution et la communication dans  |    |    |    |  | 9 |
| Communication digitale et community management               | 28 | 20 | 8  |  | 3 |
| Marketing du point de vente experientiel                     | 21 | 15 | 6  |  | 2 |
| Supply chain et logistique                                   | 21 | 15 | 6  |  | 2 |
| SAE Audit d'un point de vente                                | 6  |    | 6  |  | 1 |
| SAE Serious game de communication digitale et multicanale    | 6  |    | 6  |  | 1 |
| Compétence 6 Inscrire ses pratiques marketing dans la transf |    |    |    |  | 6 |
| Atelier inclusion-communautés                                | 6  |    | 6  |  | 1 |
| Ethique et gestion de la relation client                     | 28 | 20 | 8  |  | 3 |
| SAE Nudge visant à faire adopter des comportements eco-respo | 10 |    | 10 |  | 2 |
| BONUS MASTER 2                                               |    |    |    |  |   |

| VET MIROIR M2 MV – DMOD                            | Volume horaire | CM | TD | TP | ECTS |
|----------------------------------------------------|----------------|----|----|----|------|
| BILAN COMPETENCES MASTER 1 MARKETING VENTE         |                |    |    |    |      |
| Compétence 1 – Niveau 1 – Master 1 MARKETING VENTE |                |    |    |    | 10   |
| Compétence 2 – Niveau 1 – Master 1 MARKETING VENTE |                |    |    |    | 11   |
| Compétence 3 – Niveau 1 – Master 1 MARKETING VENTE |                |    |    |    | 9    |
| Compétence 4 – Niveau 1 – Master 1 MARKETING VENTE |                |    |    |    | 12   |
| Compétence 5 – Niveau 1 – Master 1 MARKETING VENTE |                |    |    |    | 9    |
| Compétence 6 – Niveau 1 – Master 1 MARKETING VENTE |                |    |    |    | 9    |
| BILAN COMPETENCES MASTER 2 MARKETING VENTE         |                |    |    |    |      |
|                                                    |                |    |    |    |      |

|                                                    |  |  |  |  |    |
|----------------------------------------------------|--|--|--|--|----|
| Compétence 1 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE |  |  |  |  | 6  |
| Compétence 2 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE |  |  |  |  | 17 |
| Compétence 3 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE |  |  |  |  | 15 |
| Compétence 4 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE |  |  |  |  | 7  |
| Compétence 5 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE |  |  |  |  | 9  |
| Compétence 6 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE |  |  |  |  | 6  |

## A savoir

**Niveau d'entrée :** Niveau II (Licence ou maîtrise universitaire)

**Niveau de sortie :** Niveau I (supérieur à la maîtrise)

**Prix total TTC :** 8890 €

## Conditions d'accès FC

- Étudiant en formation initiale
- Personnes en reprise d'études, Salariés, demandeurs d'emploi, VAE, ...
- Titulaires d'un diplôme bac + 3/4 ou VAE

## Calendrier et période de formation FC

Rythme 1er et 2e semestre. 1 semaine à l'université et 1 semaine en entreprise

## Références et certifications

**Codes ROME :** M - Support à l'entreprise

## Contacts Formation Continue

Kaoutar Aissani

03 22 82 71 44

[fc-iae@u-picardie.fr](mailto:fc-iae@u-picardie.fr)

Le 13/03/2026