

# Décisions marketing opérationnelles et digitales (M1 – M2)

## 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 Entrepreneuriat (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

[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

| -                                                            | Volume horaire | CM | TD | TP | ECTS |
|--------------------------------------------------------------|----------------|----|----|----|------|
| Compétence 1 Mettre en oeuvre les nouvelles méthodes, nouvel |                |    |    |    | 11   |
| Les bases de l'IA (et certification elements of AI)          | 18             | 13 | 5  |    | 2    |
| Mesures de performance webmarketing                          | 18             | 13 | 5  |    | 2    |
| Outils avancés du WEB et du e-commerce                       | 21             | 15 | 6  |    | 2    |
| Transformations digitales du marketing (et certification GOO | 18             | 13 | 5  |    | 2    |
| SAE Gestion de projet marketing digital                      | 16             |    | 16 |    | 3    |
| Compétence 2 Mener une démarche scientifique en marketing    |                |    |    |    | 12   |
| Analyse des données et datamining                            | 28             | 20 | 8  |    | 3    |
| Anglais du marketing et de la recherche en marketing         | 24             | 15 | 9  |    | 3    |
| Initiation à la recherche et méthodes d'enquêtes             | 18             | 13 | 5  |    | 2    |

|                                                              |    |    |    |  |    |
|--------------------------------------------------------------|----|----|----|--|----|
| Statistiques appliquées au marketing                         | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| SAE projet de recherche dirigé en anglais                    | 10 |    | 10 |  | 2  |
| Compétence 3 Adopter une posture et une pratique professionn |    |    |    |  | 9  |
| Comportement organisationnel                                 | 18 | 13 | 5  |  | 2  |
| Management d'équipes commerciales                            | 18 | 13 | 5  |  | 2  |
| Marketing international et interculturel                     | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| SAE Management de projets                                    | 21 | 15 | 6  |  | 3  |
| Compétence 4 Agir en tant que responsable marketing dans une |    |    |    |  | 12 |
| Analyse financière et contrôle de gestion                    | 21 | 15 | 6  |  | 3  |
| Droit de la consommation et de la concurrence                | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| De l'idée au marché                                          | 28 | 20 | 8  |  | 3  |
| SAE Décisions marketing (serious game)                       | 30 | 21 | 9  |  | 4  |
| Compétence 5 Gérer la distribution et la communication dans  |    |    |    |  | 8  |
| Création de contenus audiovisuels et content management      | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| Communication multicanale                                    | 14 | 10 | 4  |  | 2  |
| Stratégie de distribution et trade marketing                 | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| SAE Etude de cas réel en distribution                        | 7  |    | 7  |  | 1  |
| SAE Etude de cas réel en communication                       | 7  |    | 7  |  | 1  |
| Compétence 6 Inscrire ses pratiques marketing dans la transf |    |    |    |  | 8  |
| Atelier Climat - Carbone énergie                             | 10 |    | 10 |  | 1  |
| Transitions écologiques et énergétiques : vers des modèles d | 28 | 20 | 8  |  | 4  |
| SAE Projet de spécialité : impacts et usages des transformat | 10 |    | 10 |  | 3  |
| BONUS MASTER 1                                               |    |    |    |  |    |

| -                                                            | Volume horaire | CM | TD | TP | ECTS |
|--------------------------------------------------------------|----------------|----|----|----|------|
| Compétence 1 Mettre en oeuvre les nouvelles méthodes, nouvel |                |    |    |    | 7    |
| Commerce connecté et phygital                                | 21             | 15 | 6  |    | 2    |
|                                                              |                |    |    |    |      |

|                                                              |    |    |    |  |    |
|--------------------------------------------------------------|----|----|----|--|----|
| Futures of AI and digital based marketing                    | 21 | 15 | 6  |  | 3  |
| SAE Mining user-generated contents                           | 14 | 10 | 4  |  | 2  |
| Compétence 2 Mener une démarche scientifique en marketing    |    |    |    |  | 18 |
| Méthodes de recherche et d'analyse avancées qualitatives et  | 30 | 21 | 9  |  | 3  |
| SAE Mémoire de fin d'études                                  | 16 | 16 |    |  | 15 |
| Compétence 3 Adopter une posture et une pratique professionn |    |    |    |  | 14 |
| Cross cultural management                                    | 15 | 11 | 4  |  | 2  |
| Développement personnel et professionnel                     | 24 | 17 | 7  |  | 2  |
| SAE Mission de conseil en marketing                          | 24 | 14 | 10 |  | 8  |
| SAE Certification TOEIC                                      | 6  |    | 6  |  | 2  |
| Compétence 4 Agir en tant que responsable marketing dans une |    |    |    |  | 8  |
| Gestion des marques                                          | 14 | 10 | 4  |  | 2  |
| Pilotage de la performance commerciale et financière         | 24 | 17 | 7  |  | 3  |
| SAE Fonction chef de produit marketing                       | 28 | 20 | 8  |  | 3  |
| Compétence 5 Gérer la distribution et la communication dans  |    |    |    |  | 8  |
| Communication digitale et community management               | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| Marketing du point de vente et marketing experientiel de la  | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| Supply chain et logistique                                   | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| SAE Audit d'un point de vente                                | 7  |    | 7  |  | 1  |
| SAE Serious game de communication digitale et multicanale    | 7  |    | 7  |  | 1  |
| Compétence 6 Inscrire ses pratiques marketing dans la transf |    |    |    |  | 5  |
| Atelier inclusion-communautés                                | 10 |    | 10 |  | 1  |
| Nouveaux consommateurs, nouvelles consommations              | 21 | 15 | 6  |  | 2  |
| SAE Nudge visant à faire adopter des comportements eco-respo | 11 | 3  | 8  |  | 2  |
| BONUS MASTER 2                                               |    |    |    |  |    |

## 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 21/09/2026