

Diplôme grand établissement grade Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 39136

Master 2 Marketing et Société (M2_MKTG_IEP)

PRÉSENTATION

► Présentation de la formation

Le Master Marketing et Société forme les futurs managers des métiers du marketing avec une approche responsable ancrée dans une compréhension fine de la société et de ses évolutions. Les étudiants acquièrent des compétences professionnelles avancées et se forment à l'analyse des dynamiques de la transformation technologique, socio-économique et écologique. Jeunes professionnels, ils sauront à la fois imaginer des propositions de valeur pour les entreprises et leurs clients tout en cherchant à avoir un impact positif.

► Objectifs de la formation

Immédiatement professionnalisant et très ancré dans la réalité quotidienne des entreprises, le programme accorde également une place importante aux sciences sociales avec un regard prospectif sur le rôle du marketing : un marketing réflexif sur ses propres pratiques, en phase avec des entreprises et des institutions dont les missions sont redéfinies par la RSE.

- Connaître les outils fondamentaux et avancés du marketing et savoir les appliquer très concrètement aux besoins des entreprises et institutions.
- Eclairer les pratiques marketing par l'apport des sciences sociales : comprendre les valeurs et aspirations des clients et la société dans laquelle ils évoluent.
- Comprendre les demandes et besoins des clients et faire une proposition de valeur qui réponde à leur besoin et à la demande des clients et utilisateurs.
- Intégrer une réflexion RSE dans la pratique du marketing.

► Métiers visés

DÉBOUCHÉS ET CARRIÈRES

Le Master marketing et société prépare efficacement à tous les métiers du marketing stratégique et opérationnel, à l'entrepreneuriat, aux métiers du marketing digital, du conseil, des études, du luxe, du marketing associatif, culturel et public et assure des débouchés très variés. 93% de nos diplômés ont

un emploi six mois après leur diplomation (chiffres basés sur la promotion 2018)

► Rythme d'alternance

Rythme d'alternance : 3 jours entreprise / 2 jours Sciences Po au premier semestre. 4 jours en entreprise / 1 jour à Sciences Po en deuxième semestre

► Dates de la formation et volume horaire

26/08/2024 > 05/09/2025 (418 heures)

Durée : 1 an

UNIVERSITE/ECOLE

► Adresse administrative Composante

Ecole du Management et de l'Impact

27 Rue Saint-Guillaume

75007 - PARIS



SciencesPo

ADMISSION

► Conditions d'admission

Pré-requis :

Avoir validé sa 1ère année de Master à Sciences Po.

► Modalités de candidature

Pour entrer en M1 (non ouvert à l'apprentissage) : vous devez télécharger dans votre dossier de candidature les documents suivants (en format PDF) :

- un curriculum vitae
- une pièce d'identité : passeport, carte d'identité ou carte de séjour uniquement
- les relevés de notes officiels (signés et tamponnés par l'établissement) de toutes vos années d'études dans l'enseignement supérieur (universités, classes préparatoires, écoles, années ou semestres d'échange)

si vous n'êtes pas en mesure de fournir un relevé de notes L3 de l'année en cours au moment de la fermeture des inscriptions : un certificat de scolarité de l'année en cours vous est demandé.

si vous êtes déjà titulaire du diplôme : une copie du diplôme qui vous permet d'être candidat à cette procédure.

deux recommandations académiques

- une attestation officielle (signée et tamponnée) de votre université indiquant votre moyenne cumulée du premier cycle, et le cas échéant une attestation de votre moyenne

CONTACTS

► Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Fatima TAK TAK

contact@formasup-paris.com

Sana SLAIMIA

Pour les publics en situation de handicap : consultez nos pages dédiées Apprenants et Entreprises.



► Vos contacts « École/Université »

BELLINGHAUSEN Eva

eva.bellinghausen@sciencespo.fr

01 45 49 54 77

Blanc Catherine

contact.apprentissage@sciencespo.fr

ROBERT Nathalie

nathalie.robert@sciencespo.fr

01 45 49 86 61

PROGRAMME

► Code RNCP 39136

► Direction et équipe pédagogique

Intervenants :

Valérie-Anne PAGLIA,

Olivier LAGRAND

David GARBOUS

Guillaume ANTONIETTI
 Pauline SCHWENCK,
 Tony PINVILLE
 Guilhem FOUETILLOU,
 Christophe DE CACQUERAY VALMENIER,
 Anna STERVINO,
 François JONSTON
 Cyril VART
 Christine BALAGUE
 Mathis COHEN
 Laura VILLE
 Martin CUBERTAFOND
 Michel MIMRAN

Volume horaire
 session -1
 année 1



Programme détaillé de la formation

Cours de formation commune	24h
Marketing	48h
Data Marketing	48h
S1 : Enseignements électifs et ateliers	48h
Enseignements optionnels	24h
Langues	48h
Langue 2	48h

S2 : Enseignements électifs	24h
Atelier	12h
Master class	59h
TOEFL	20h
Cours en ligne sur plateforme COURSERA	15h
...	

► Modalités pédagogiques

- Cours de préparation au mémoire
- Ateliers
- Etudes de cas
- Conférences / Masterclass
- Tutorat
- Etc...

► Contrôle des connaissances

Validation cours fondamentaux semestre d'automne
 Validation autres cours en contrôle continu
 Mémoire
 Grand oral (soutenance)

► Diplôme délivré

Diplôme de Grande Ecole grade Master "Marketing et Sociétés" délivré par l'Institut d'Etudes Politiques Sciences Po Paris.

COMPÉTENCES

Chargé d'études, analyste de données et conseil aux entreprises
 Toutes les fonctions du marketing stratégique et opérationnel

Chef de produit/catégorie

Management de la relation client

Chargé de marketing durable et RSE

Chargé stratégie événementielle tous secteurs

Web-listening (certification logiciel radarly) et analyse de résultats, recommandations aux entreprises

Marketing émotionnel/nudge marketing

Management avec prise en compte des spécificité inter-culturelles

Marketing digital (décoder l'IA pour les besoins du marketing ; analyse de données)

► Compétences

- Etudes de marché et data ; analyser des lots de données structurées et non-structurées, développer une stratégie de marketing durable ; manager la relation client ; décoder l'IA pour les besoins du marketing
- Ecoute du web social (certification logiciel radarly) et analyser les résultats ; développer une stratégie événementielle au service du marketing ; développer une stratégie de marketing émotionnel/nudge marketing
- Management et leadership avec prise en compte des spécificité inter-culturelles ; négociation, porter un regard réflexif et éthique sur les pratiques du marketing et connaissance du marketing sectoriel, datavise, statistiques, Excel et anglais niveau C1.