







-  **FORMATION INITIALE**
-  **FORMATION CONTINUE**
-  **FORMATION EN ALTERNANCE**

Le Master MCE-MSPM est une formation exigeante qui allie enseignements pluridisciplinaires, rigueur universitaire, et programme pédagogique riche et complet. Nos points forts :

- Ambition d'excellence universitaire
- Adéquation des enseignements avec l'évolution très rapide des pratiques professionnelles et des besoins des entreprises
- Enseignements assurés par des professionnels exerçant en entreprise
- Approche internationale des métiers du Marketing et de la Communication : plusieurs cours et TD en anglais, majoritairement assurés par des Anglais ou Américains
- Longue durée des stages en France et à l'étranger : de 7 à 12 mois sur les 22 du M1-M2
- Conférences annuelles sur l'évolution des métiers du Marketing et de la Communication par d'anciens étudiants MCE-MSPM
- Inscription libre gratuite à "Projet Voltaire"
- Effectifs limités : 20-25 en M1MCE puis en M2MSPM
- M1MCE : fin des cours en février, stages début mars (3 à 6 mois)
- M2MSPM : 100 % contrôle continu, fin des cours en décembre, stages début janvier (4 à 6 mois)
- Bonne insertion professionnelle, notamment par embauche après les stages de M2MSPM.

Objectifs de la formation

Le Master MCE-MSPM forme des cadres qui exerceront des responsabilités stratégiques dans les nouvelles carrières au cœur du Marketing et de la Communication, en entreprise, en agence, ou en institut d'études.




-  Connaître les métiers, les concepts et techniques du Marketing et de la Communication ainsi que leurs tendances.
-  Maîtriser la problématisation et la prise de décision.
-  Analyser une situation d'entreprise complexe, identifier et résoudre des problèmes.
-  Élaborer des stratégies et des plans Marketing et Communication.
-  Mener des Études de marché, collecter et traiter des données qualitatives ou quantitatives, analyser des panels, et utiliser des logiciels de traitement de données.
-  Gérer un projet avec une véritable expertise universitaire et professionnelle dans les stratégies du Marketing et de la Communication.

Partenaires



- *Entreprises du secteur des Produits de Grande Consommation, de l'Industrie, et des Services*
- *Agences de Conseil en Marketing*
- *Agences de Communication*
- *Instituts d'Études.*

Perspectives professionnelles

-  Chef de produit ou de marque (en entreprise)
-  Responsable Marketing puis Directeur Marketing (en entreprise)
-  Consultant Marketing (en agence conseil)
-  Responsable Communication (interne et/ou externe), puis Directeur Communication (en entreprise)
-  Chef de Publicité, Média Planneur, Planneur stratégique (en agence)
-  Chargé de Web Marketing et/ou de référencement naturel et payant (en entreprise ou en agence)
-  Community Manager, Responsable réseaux sociaux et e-réputation (en entreprise ou en agence)
-  Chargé d'études Marketing puis Directeur des études Marketing (en institut d'études)

Conditions d'accès

Peuvent présenter leurs candidatures :

- En M1MCE : les étudiants titulaires d'une Licence de Gestion, Éco-Gestion, Info-Com, AES, LEA, ou tout autre diplôme équivalent, avec des enseignements sur les fondamentaux du Marketing.
- En M2MSPM : les étudiants extérieurs titulaires d'un Master 1 avec des enseignements approfondis et complets en Marketing. Le M2MSPM est ouvert en formation initiale, par apprentissage et en formation continue.

Procédure de recrutement en M1MCE et en M2MSPM en deux étapes :

- Examen du dossier de candidature (diplômes, prérequis, parcours universitaire et professionnel)
- Admission définitive après entretien de motivation en juin-juillet.

Les stages en France et à l'étranger

En Master MCE-MSPM les étudiants réalisent leurs stages dans les pays de leur choix.

Avantage significatif, les stages commencent début mars en M1MCE pour 3 à 6 mois, puis en M2MSPM, une formule originale d'enseignements concentrés de septembre à décembre avec un contrôle continu à 100 %, permet un départ en stage début janvier pour 4 à 6 mois.

Ces calendriers répondent aux attentes de nombreuses entreprises proposant des missions à responsabilités de longue durée avec une dimension d'analyse stratégique en Marketing ou Communication.

Les étudiants sont étroitement encadrés dans leur recherche de bons stages, et pour leurs mémoires (en français) : document de Consignes, formation à la recherche documentaire pour la bibliographie.

Retrouvez les contacts de l'équipe pédagogique et les détails de cette formation sur www.montpellier-management.fr/formations/