



MASTER MARKETING, VENTE



Niveau d'étude
visé
BAC +5



ECTS
120 crédits

Durée
1 ou 2 ans



Structure de
formation
Montpellier
Management



Langue(s)
d'enseignement
Français

Parcours proposés

- > Marketing, Innovation et Territoires (MIT)
- > Marketing du Sport et des Loisirs (MSL)
- > Marketing et Communication des Organisations (MCO)
- > Commerce des Vins (CV)
- > Marketing et Data Analytics (MDA)

Présentation

Infos pratiques

Lieu(x)

📍 Montpellier - Montpellier Management

En savoir plus

Domaine de spécialité Marketing Vente

🔗 <https://www.montpellier-management.fr/formations/pole-marketing-vente/>



Programme

Marketing, Innovation et Territoires (MIT)

Master 1

M1 MIT SEMESTRE 1

Elaborer/Formaliser une stratégie marketing	11 crédits	
Marketing Stratégique	4 crédits	21h
Culture numérique	4 crédits	21h
Management stratégique	3 crédits	18h
Développer des insights marchés	11 crédits	
Séminaire transversal 1 - conférences professionnelles	1 crédits	6h
Méthodes Qualitatives		
Méthodes Qualitatives	3 crédits	9h
Méthodes Quantitatives		
Comportement du consommateur	4 crédits	21h
Méthodes Quantitatives	3 crédits	12h
Maîtriser son environnement marketing et commercial	8 crédits	
Pilotage de la performance	3 crédits	21h
Anglais des affaires	2 crédits	
Droit du marketing	3 crédits	21h
Espagnol S1		15h
Allemand S1		15h
Sport facultatif		

M1 MIT SEMESTRE 2

Mettre en œuvre une stratégie de développement du territoire	9 crédits	
Marketing de l'innovation	3 crédits	
Management des destinations touristiques	3 crédits	
Marketing territorial	3 crédits	
Développer la Relations Client multicanale	6 crédits	
Management des équipes marketing et commerciales	1 crédits	12h
Stratégie client	3 crédits	21h
Vente & négociation	2 crédits	
Opérationnaliser sa stratégie marketing	5 crédits	
Brand management	2 crédits	18h
Techniques de Segmentation et de positionnement	1 crédits	
Outils du marketing digital	2 crédits	
S'intégrer dans la vie professionnelle (niveau 1)	10 crédits	
MÉMOIRE STAGE MASTER 1	5 crédits	3h
Séminaire transversal 2 - conférences professionnelles		6h
Projet professionnel 1	1 crédits	
Anglais des affaires	2 crédits	
Allemand S2		15h
Sport facultatif		
Espagnol S2		15h

Master 2

M2 MIT SEMESTRE 3



Maitriser les enjeux pratiques, théoriques et éthiques 8 crédits

Méthodologies d'étude et de recherche approfondies 2 crédits

Nouvelles perspectives de recherche en Marketing 4 crédits

Séminaire transversal 3 - Ethique et responsabilité pro 2 crédits

Elaborer des innovations technologiques et sociétales 22 crédits

Management de projet de smart city 7 crédits

Stratégie d'innovation 5 crédits

Techniques de créativité et d'innovation 5 crédits

Développement durable et innovation 5 crédits

Sport facultatif

M2 MIT SEMESTRE 4

S'intégrer dans la vie professionnelle (niveau 2) 12 crédits

PROJET PROFESSIONNEL 2 4 crédits

MÉMOIRE STAGE MASTER 2 8 crédits

Valoriser territoire et produits au niveau international 9 crédits

Commercialisation de produits "made in" et de terroir 3 crédits

Communication territoriale 3 crédits

International marketing and trade 3 crédits

Mettre en œuvre une stratégie numérique dans le tourisme 9 crédits

Outils et pratiques numériques 3 crédits

Art, culture et numérique 3 crédits

Stratégie digitale et e-tourisme 3 crédits

Sport facultatif

Marketing du Sport et des Loisirs (MSL)

Master 1

M1 MSL SEMESTRE 1

ELABORER/FORMALISER UNE STRATEGIE MARKETING 11 crédits

Marketing Stratégique 4 crédits 21h

Culture numérique 4 crédits 21h

Management stratégique 3 crédits 18h

MAITRISER SON ENVIRONNEMENT MARKETING ET COMMERCIAL 8 crédits

Pilotage de la performance 3 crédits 21h

Anglais des affaires 2 crédits

Droit du marketing 3 crédits 21h

DEVELOPPER DES INSIGHTS MARCHES 11 crédits

Séminaire transversal 1 - conférences professionnelles 1 crédits 6h

Méthodes Qualitatives 3 crédits 9h

Méthodes Qualitatives 3 crédits 9h

Comportement du consommateur 4 crédits 21h

Méthodes Quantitatives 3 crédits 12h

Méthodes Quantitatives 3 crédits 12h

Espagnol S1 15h

Allemand S1 15h

Sport facultatif

M1 MSL SEMESTRE 2



METTRE EN OEUVRE UNE STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT	9 crédits		FORMULER ET OPERATIONNALISER SA STRATEGIE MARKETING ET DIGIT	8 crédits
Technique rédactionnelle web (niveau 1)	3 crédits		Gestion de projets digitaux en sport, loisir et tourisme	2 crédits
Infographie, outils, création de contenu et logiciel (n1)	3 crédits		Stratégies marketing et digitale pour produits et services	2 crédits
OPERATIONNALISER SA STRATEGIE MARKETING	5 crédits		Nouvelles perspectives de gouvernance sport et tourisme n2	4 crédits
Brand management	2 crédits	18h	MAITRISER LES ENJEUX PRATIQUES, THEORIQUES ET ETHIQUES	9 crédits
Techniques de Segmentation et de positionnement	1 crédits		Nouvelles perspectives de recherche en Marketing	4 crédits
Développement à l'international des produits et services	3 crédits		Méthodologies d'étude et de recherche approfondies	3 crédits
S'INTEGRER DANS LA VIE PROFESSIONNELLE	10 crédits		Séminaire transversal 3 - Ethique et responsabilité pro	2 crédits
Séminaire transversal 2 - conférences professionnelles		6h	MAITRISER LES OUTILS DE LA COMMUNICATION DIGITALE	13 crédits
Projet Professionnel : Challenge et serious game	2 crédits		Communication Vidéo	4 crédits
Rapport de stage MSL	1 crédits		Accroître la visibilité de ses contenus	3 crédits
Mémoire et Stage professionnel	6 crédits	3h	Communication digitale, social média et infographie niveau 2	2 crédits
Anglais des affaires	2 crédits		Campagne Adwords et référencement payant	4 crédits
DEVELOPPER LA RELATION CLIENT MULTICANALE	6 crédits			
Management des équipes marketing et commerciales	1 crédits	12h		
Stratégie client	3 crédits	21h		
Distribution et merchandising	2 crédits	18h		
Allemand S2		15h		
Sport facultatif				
Espagnol S2		15h		

Master 2

S3M2MSL

S4M2MSL



DEVELOPPER SA CREATIVITE/ DE NOUVEAUX PRODUITS ET REPUTATION	10 crédits	Elaborer/Formaliser une stratégie marketing	11 crédits	
Création, distribution et commercialisation de produits	2 crédits	Marketing Stratégique	4 crédits	21h
Organisation de sa veille sur Internet	2 crédits	Culture numérique	4 crédits	21h
Nouv tendance, créativité & développement de nouveaux pdts	2 crédits	Management stratégique	3 crédits	18h
E-réputation, Community Management et personal branding	2 crédits	Développer des insights marchés	11 crédits	
ACQUERIR DES CONNAISSANCES SUR SON ENVIRONNEMENT (Niveau 2)	8 crédits	Séminaire transversal 1 - conférences professionnelles	1 crédits	6h
Développement et financement projet innovant pour entreprise	2 crédits	Méthodes Quantitatives		
Management responsable et sport santé	3 crédits	Méthodes Qualitatives	3 crédits	9h
Séminaire transversal - le management responsable	2 crédits	Comportement du consommateur	4 crédits	21h
Environnement juridique, fiscal / social des entreprises	3 crédits	Méthodes Qualitatives		
S'INSERER DANS LA VIE PROFESSIONNELLE	12 crédits	Méthodes Quantitatives	3 crédits	12h
Stage et Mémoire de fin d'études	7 crédits	Maîtriser son environnement marketing et commercial	8 crédits	
Projet professionnel : Gestion de projet	5 crédits	Pilotage de la performance	3 crédits	21h
		Anglais des affaires	2 crédits	
		Droit du marketing	3 crédits	21h
		Espagnol S1		15h
		Allemand S1		15h
		Sport facultatif		
		M1 MCO SEMESTRE 2		

Marketing et Communication des Organisations (MCO)

Master 1

M1 MCO SEMESTRE 1



Opérationnaliser sa stratégie marketing	5 crédits	
Brand management	2 crédits	18h
Outils du marketing digital	3 crédits	
Techniques de Segmentation et de positionnement	1 crédits	
Développer la relation client multicanale	6 crédits	
Management des équipes marketing et commerciales	1 crédits	12h
Stratégie client	3 crédits	21h
Distribution et merchandising	2 crédits	18h
Etablir sa stratégie de communication	8 crédits	
Communication Institutionnelle et Visuelle	3 crédits	
Stratégie de communication globale	3 crédits	
S'intégrer dans la vie professionnelle	11 crédits	
Séminaire transversal 2 - conférences professionnelles		6h
Anglais des affaires	2 crédits	
Communication : acteurs et marché	1 crédits	
M1 MCO Mémoire de stage	6 crédits	
Projet Professionnel : Challenge	2 crédits	
Allemand S2		15h
Sport facultatif		
Espagnol S2		15h

Master 2

M2 MCO SEMESTRE 3

MAITRISER LES OUTILS DE LA COMMUNICATION 10 crédits

FORMULER ET OPERATIONNALISER SA STRATEGIE DE COMMUNICATION 11 crédits

MAITRISER LES ENJEUX PRATIQUES, THEORIQUES ET ETHIQUES 9 crédits

Sport facultatif

M2 MCO SEMESTRE 4

DEVELOPPER SES RELATIONS PRESSE ET GERER SA REPUTATION 8 crédits

 Eloquence et Médiatraining 2 crédits

 Relations Publique et marketing d'influence 2 crédits

 Relations Presses 2 crédits

 E-réputation et Community Management 2 crédits

ENVISAGER LE FUTUR DE LA COMMUNICATION 10 crédits

 Communication sociale et responsable 2 crédits

 Current Issues in the media industry 3 crédits

 Nouvelles perspectives de recherche en Communication 3 crédits

 Droit des médias 2 crédits

S'INSERER DANS LA VIE PROFESSIONNELLE 12 crédits

 Mémoire stage 7 crédits

 Projet professionnel : Gestion de projet 5 crédits

Sport facultatif

Commerce des Vins (CV)



Master 1

M1 CVI SEMESTRE 1

Elaborer/Formaliser une stratégie marketing	11 crédits	
Marketing Stratégique	4 crédits	21h
Culture numérique	4 crédits	21h
Management stratégique	3 crédits	18h
Développer des insights marchés	11 crédits	
Séminaire transversal 1 - conférences professionnelles	1 crédits	6h
Méthodes Qualitatives	3 crédits	9h
Comportement du consommateur	4 crédits	21h
Méthodes Quantitatives	3 crédits	12h
Maîtriser son environnement marketing et commercial	8 crédits	
Pilotage de la performance	3 crédits	21h
Présentation de la filière vin	2 crédits	
Anglais des affaires	2 crédits	
Droit du marketing	3 crédits	21h
Espagnol S1		15h
Allemand S1		15h
Sport facultatif		

M1 CVI SEMESTRE 2

Economie et marketing du vin	7 crédits	
Marketing du vin	3 crédits	
Connaissance des vins et des vignobles	3 crédits	
Gestion comptable et fiscale des organisations vitivinicoles	1 crédits	
S'intégrer dans la vie professionnelle (niveau 1)	12 crédits	
Anglais des affaires	2 crédits	
MÉMOIRE STAGE MASTER 1	6 crédits	
Séminaire transversal 2 - conférences professionnelles		6h
Projet professionnel 1: Challenge ou Serious Game	2 crédits	
Développer la relation client multicanale	6 crédits	
Management des équipes marketing et commerciales	1 crédits	12h
Vente & négociation	2 crédits	
Stratégie client	3 crédits	21h
Opérationnaliser sa stratégie marketing	5 crédits	
Brand management	2 crédits	18h
Techniques de Segmentation et de positionnement	1 crédits	
Outils du marketing digital	2 crédits	
Allemand S2		15h
Sport facultatif		
Espagnol S2		15h

Master 2

M2 CVI SEMESTRE 3



Mettre en marché les vins	12 crédits	Opérationnaliser des stratégies de développement	10 crédits
Wine communication	4 crédits	Appellations et signes de qualité	2 crédits
Pricing, communication hors média et distribution du vin	4 crédits	International markets development	4 crédits
Conception de site web et e-commerce & certification google	4 crédits	International negotiation	2 crédits
Maitriser les enjeux pratiques, théoriques et éthiques	8 crédits	Supply Chain Management	2 crédits
Séminaire transversal 3 - Ethique et responsabilité pro	2 crédits	Gérer une entreprise vitivinicole	8 crédits
Nouvelles perspectives de recherche en Marketing	4 crédits	Management d'équipe	2 crédits
Méthodologies d'étude et de recherche approfondies	2 crédits	Création/reprise d'une entreprise vitivinicole	2 crédits
Développer une offre dans le secteur du vin	10 crédits	Législation vitivinicole, commerciale et sociale	4 crédits
Nouvelles tendances de consommation de vin	2 crédits	S'intégrer dans la vie professionnelle (niveau 2)	12 crédits
Wine tourism	2 crédits	MÉMOIRE STAGE MASTER 2	8 crédits
Product and packaging design	2 crédits	PROJET PROFESSIONNEL 2	4 crédits
Connaissance des vins et des terroirs (niveau 2)	4 crédits	Sport facultatif	

Sport facultatif

M2 CVI SEMESTRE 4

Marketing et Data Analytics (MDA)

Master 1

M1 MDA SEMESTRE 1



Maîtriser son environnement marketing et commercial	8 crédits		Soutenir les décisions en marketing par compétences stats	9 crédits	
Pilotage de la performance	3 crédits	21h	Customer analytics	3 crédits	21h
Anglais des affaires	2 crédits	15h	Introduction aux marketing analytics	3 crédits	21h
Droit du marketing	3 crédits	21h	Introduction à la programmation sous R et Python	3 crédits	21h
Développer des insights marchés	11 crédits		Développer la relation client multicanal	6 crédits	
Séminaire transversal 1 - conférences professionnelles	1 crédits	6h	Management des équipes marketing et commerciales	1 crédits	12h
Méthodes Quantitatives		15h	Distribution et merchandising	2 crédits	18h
Méthodes Qualitatives	3 crédits	9h	Stratégie client	3 crédits	21h
Comportement du consommateur	4 crédits	21h	S'intégrer dans la vie professionnelle (niveau 1)	10 crédits	
Méthodes Quantitatives	3 crédits	12h	Séminaire transversal 2 - conférences professionnelles		6h
Méthodes Qualitatives		9h	Anglais des affaires	2 crédits	15h
Elaborer/Formaliser une stratégie marketing	11 crédits		MÉMOIRE STAGE MASTER 1	6 crédits	3h
Marketing Stratégique	4 crédits	21h	Projet professionnel 1: Challenge ou Serious Game	1 crédits	12h
Culture numérique	4 crédits	21h	Opérationnaliser sa stratégie marketing	5 crédits	
Management stratégique	3 crédits	18h	Brand management	2 crédits	18h
Espagnol S1		15h	Outils du marketing digital et analytics	2 crédits	12h
Allemand S1		15h	Techniques de Segmentation et de positionnement	1 crédits	12h
Sport facultatif			Allemand S2		15h
			Sport facultatif		
			Espagnol S2		15h
M1 MDA SEMESTRE 2					

Master 2

M2 MDA SEMESTRE 3



Préparer les données pour renseigner la prise de décision	12 crédits	Formaliser et adapter les data analytics	12 crédits
Systèmes de gestion des données et outils informatiques	4 crédits	Mémoire Master 2	8 crédits
Pratique des logiciels d'analyse de données	4 crédits	Projet professionnel/Rech	4 crédits
Programmation avancée sous R et Python	4 crédits	Développer la relation client grâce à la data science	10 crédits
Adapter son action à un contexte professionnel	10 crédits	Multidimensional statistics	4 crédits
Data visualisation et storytelling avec les données	4 crédits	Data-Driven Approaches to CRM	2 crédits
Management et conduite de projet	3 crédits	Customer analytics avancées	4 crédits
Data challenge	3 crédits	Décrypter l'écosystème numérique dans le cadre d'une stratégie marketing	8 crédits
Maîtriser enjeux pratiques, théoriques et éthiques marketing	8 crédits	Analyse des données textuelles (text mining)	2 crédits
Nouvelles perspectives de recherche en Marketing	4 crédits	Digital analytics avancées	4 crédits
Méthodologie d'étude et de recherche approfondies	2 crédits	Data-Driven Approaches to Digital Marketing	2 crédits
Séminaire transversal - Ethique et responsabilité profession	2 crédits	Sport facultatif	
Sport facultatif			

M2 MDA SEMESTRE 4
