



Intelligence Marketing et Stratégie Commerciale à l'International - Marketing Intelligence & International Sales Strategy

MASTER MANAGEMENT ET COMMERCE INTERNATIONAL



ECTS
120 crédits



Durée
2 ans



Structure de
formation
Institut
d'Administration
des Entreprises
(IAE)



Langue(s)
d'enseignement
Anglais,
Français

Parcours proposés

- Master 1 - Intelligence Marketing et Stratégie Commerciale à l'International
- Master 2 - Intelligence Marketing et Stratégie Commerciale à l'International

Les + de la formation

Semestre 2 en mobilité internationale.

Semestre 4 stage à l'international

Savoir-faire et compétences

Le titulaire du Master sera capable d'élaborer :

- une action ciblée en vue de répondre aux attentes d'une clientèle internationale
- de comprendre et de prendre en compte les éventuelles différences culturelles de cette clientèle

Pour cela il sera capable d'analyser finement le marché et les besoins des prospects / clients grâce à une forte expertise en Business Intelligence.

Enfin il aura une bonne maîtrise de l'ensemble des rouages de la communication notamment digitale (réseaux sociaux, web, etc) pour lesquels il sera en mesure de produire du contenu (content marketing).

Formation internationale : Formation tournée vers l'international

Présentation

L'objectif de ce master est de former des Business Developer et Social Seller 4.0, préparés au nouveau contexte de distribution des produits et des services, avec une vision internationale. Dans un monde disruptif, le comportement des acheteurs évolue. Celui des commerciaux également avec la nécessité de s'adapter aux profils de ces acheteurs, de proposer des solutions en temps réels innovantes et ce, en recourant massivement aux outils digitaux. De nouveaux métiers, de nouvelles fonctions et donc de nouveaux profils commerciaux apparaissent. Ces derniers devront être en mesure d'agir et de s'adapter dans un contexte international globalisé, de traiter et d'analyser, dans une optique de mise en marché des produits, l'ensemble des données à leur disposition (Business Intelligence), en vue d'adapter leur offre et leur comportement tout au long du processus commercial.



Organisation

Aménagements particuliers

Certains cours peuvent passés à distance en cas de décision ou évènement exceptionnel

Ouvert en alternance

Type de contrat : Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation.

Seulement pour le Master 2

Stages, projets tutorés

Admission

Conditions d'admission

L3 validée ou équivalent (soit 180 ECTS validés) de préférence dans un domaine autre que la gestion et le management. Profils scientifiques, technologiques en priorité, des profils atypiques (LEA, histoire géographie, sociologie, etc.) peuvent également être considérés comme possibles.

Une appétence pour les médias digitaux et les réseaux sociaux est nécessaire de même qu'une certaine ouverture au contexte international et aux cultures étrangères.

Une 1ère expérience à l'étranger, même de courte durée (stage, suivi d'enseignements en anglais, semestre ou emploi) est appréciée.

Score minimum d'anglais requis : TOEFL : 90 * TOEIC : 800
* IELTS : 7* Test européen : C1* DUOLINGO : 130

* Ces scores sont des minima pour intégrer le Master, ils ne donnent pas forcément accès à toutes les universités étrangères.

Une expérience, stage ou job d'été dans le digital (community manager, gestion réseaux sociaux, création de site web...) et dans la vente sont un réel plus.

Les tests « Score IAE-Message » et « TAGE Mage » ne sont pas requis pour accéder à l'IAE Montpellier.

Public cible

Profils scientifiques, technologiques en priorité, des profils atypiques (LEA, histoire géographie, sociologie, etc.) peuvent également être considérés comme possibles.

Pré-requis obligatoires

Score minimum d'anglais requis : TOEFL : 90 * TOEIC : 800
* IELTS : 7 * Test européen : C1*

Infos pratiques

Contacts

Responsable pédagogique

Christophe FOURNIER

✉ christophe.fournier@umontpellier.fr

Contact administratif

Celine Tournier

☎ 04 67 14 38 40

✉ celine.tournier@umontpellier.fr

Contact administratif

Marie Jeanne Hayward

✉ marie-jeanne.hayward@umontpellier.fr



Programme

Organisation

Master 1 - Semestre impair			30 ECTS
UE1	GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	5 ECTS 30 h	
UE2	MARKETING	5 ECTS 30 h	
UE3	COMPTABILITÉ / CONTRÔLE	5 ECTS 30 h	
UE4	ORGANISATION ET ECONOMIE	5 ECTS 30 h	
UE5	INFORMATIQUE DE GESTION / SIMULATION	5 ECTS 30 h	
UE6	ANGLAIS	5 ECTS 30 h	

Master 1 - Semestre pair			30 ECTS
UE1	FINANCE	5 ECTS 30 h	
UE2	STRATÉGIE / INTELLIGENCE ECONOMIQUE / BIG DATA	5 ECTS 30 h	
UE3	GESTION DE PROJET / ANALYSE DE DONNÉES	5 ECTS 30 h	
UE4	ANGLAIS / COMPORTEMENT ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL	5 ECTS 30 h	
UE5	TECHNIQUES DE VENTE ET NÉGOCIATION	5 ECTS 30 h	
UE6	STAGE MÉMOIRE	5 ECTS	

Master 2 - Semestre impair			30 ECTS
UE1	MARKETING INTELLIGENCE & PERFORMANCE MANAGEMENT	6 ECTS 36 h	
UE2	IMPLEMENTATION OF A CUSTOMER CENTRIC STRATEGY	6 ECTS 36 h	
UE3	COLLABORATIVE MANAGEMENT	6 ECTS 36 h	
UE4	NEW BUSINESS MODELS	6 ECTS 36 h	
UE5	COMPETITION IN A GLOBAL ENVIRONMENT	6 ECTS 36 h	

Master 2 - Semestre pair			30 ECTS
UE1	VALUE CREATION FOR CUSTOMERS IN A GLOBAL WORLD	6 ECTS 36 h	
UE2	CASE STUDIES & SIMULATION	6 ECTS 36 h	
UE3	STAGE MÉMOIRE	18 ECTS	

Master 1 - Intelligence Marketing et Stratégie Commerciale à l'International

Semestre 1 Master MIISS

Master 2 - Intelligence Marketing et Stratégie Commerciale à l'International