



UNIVERSITE D'ORLEANS
Composante : Faculté de Droit, d'Economie et de Gestion

MASTER

Mention : MANAGEMENT DES ORGANISATIONS

Spécialité : Marketing du Produit et Management de l'Évènementiel (MPME)

Parcours 1 : Marketing du Produit (MP)

Parcours 2 : Management des Organisations, des Services et de l'Évènement Sportifs (MOSES)



Formation accessible en
Formation initiale ■ Formation continue ■

Centres universitaires concernés :

Institut d'Administration des Entreprises – IAE
Faculté de Droit, d'Economie et de Gestion
Rue de Blois – BP 6739 - 45067 Orléans cedex 2
Tel : 02.38.41.70.28 – Site Internet : <http://www.univ-orleans.fr/deg/IAE>

Secrétariat pédagogique :

Pour toute information complémentaire ou pour retirer un dossier de candidature, vous pouvez contacter : Mme Joëlle CAMUS - Tel : 02.38.49.47.32
Courriel : joelle.camus@univ-orleans.fr
Inscription administrative: M. Denis NAVAUD - Tel : 02.38.41.71.57
Courriel : scol.deg@univ-orleans.fr

Responsable de la mention :

M. Philippe PAQUET

Responsables de la spécialité :

Mme Geneviève PAVIOT (pour le parcours MP)
Mme Sandra RIMBERT (pour le parcours MOSES)
M. Paul N'GOBO (pour la voie recherche en M2)

Equipe(s) de recherche :

Laboratoire Orléanais de Gestion

Modalités d'admission :

1^{ère} année :

Parcours 1 : Marketing du Produit (MP)

L'accès est de droit pour les titulaires d'une Licence mention "Sciences de Gestion", "Economie et Gestion" avec le parcours Sciences de Gestion.

Pour d'autres licences colorées Sciences de Gestion à titre principal, les dossiers seront examinés au cas par cas afin de vérifier que les étudiants possèdent bien les pré-requis indispensables pour suivre le parcours souhaité. Enfin, un jury spécifique se prononcera sur les demandes de validation des acquis.

Parcours 2 : Management des Organisations, des Services et de l'Événement Sportifs (MOSES)

L'accès est de droit pour les titulaires d'une Licence mention "Sciences de Gestion", "Economie et Gestion" avec le parcours Sciences de Gestion ainsi que pour les étudiants titulaires d'une licence STAPS mention « Management du Sport ».

Pour d'autres licences colorées Sciences de Gestion à titre principal, les dossiers seront examinés au cas par cas afin de vérifier que les étudiants possèdent bien les pré-requis indispensables pour suivre le parcours souhaité. Enfin, un jury spécifique se prononcera sur les demandes de validation des acquis.

2^{ème} année :

L'accès est régulé pour les deux parcours et la voie recherche. La sélection des candidats se fait en 2 étapes :

- la première consiste en l'examen des dossiers des candidats par un jury composé d'enseignants de la spécialité. A l'issue de cette première étape, les candidats dont le dossier a été jugé en adéquation avec les exigences de la formation sont invités à se présenter à une audition,
- la deuxième étape consiste à auditionner les candidats retenus lors de la première. Le jury s'intéresse à leurs motivations et cherche à apprécier leurs connaissances. A l'issue de cette étape, la liste des candidats définitivement admis est établie.

Candidatures /Inscriptions :

Retrait des dossiers de candidature à partir de mars : au secrétariat de l'IAE, bureaux B 208 - Par téléchargement à partir du site internet : <http://www.univ-orleans.fr/deg/IAE>

Retour des dossiers complets :

1^{ère} année : pour le MASTER 1^{ère} année : début juin au secrétariat de l'IAE

2^{ème} année : pour le MASTER 2^{ème} année : mi-mai au secrétariat de l'IAE (pour les étudiants), ou au SEFCO pour la formation continue.

Objectifs de la formation :

La spécialité MPME a pour objectif l'approfondissement de compétences managériales, plus spécifiquement en marketing et en stratégie avec :

- une logique sectorielle axée sur les loisirs sportifs dans le cas du parcours « MOSES »,
- une logique thématique orientée vers le produit (bien ou service) dans le cas du parcours « Marketing du Produit ».

Conformément à la logique d'approfondissement de connaissances en marketing, un grand nombre de cours en Master 1^{ère} année sont communs aux deux parcours tout en permettant aux étudiants, par le jeu des options, de construire et de spécialiser leur parcours en fonction de leur projet professionnel.

Parcours 1 : Marketing du Produit (MP)

Ce parcours vise à former des étudiants capables de mettre leurs compétences au service d'entreprises soucieuses de concilier les objectifs de qualité, de conception de produits et services et les objectifs du marketing. Les enseignements permettent aux futurs diplômés de participer activement à l'évolution du produit dans l'industrie ou les services, c'est pourquoi les cours fondamentaux en marketing sont complétés par des cours liés à la conception, à la gestion des produits (conception et développement de produit, gestion des produits, marques...). A l'écoute du marché et source de proposition, ils peuvent accompagner les projets de développement et définir les conditions de mise en œuvre. De nombreux professionnels participent aux deux années du Master par des interventions (cours, conférences) qui offrent aux étudiants un regard concret sur les domaines d'activité dans lesquels ils pourront s'engager par la suite.

Ces interventions sont également l'occasion de créer des contacts qui pourront être précieux en vue de la recherche de stage et d'une carrière future.

Parcours 2 : Management des Organisations, des Services et de l'Événement Sportifs (MOSES)

Ce parcours vise à former des cadres opérationnels et polyvalents capables de maîtriser les principaux outils de la gestion et du management et surtout de les appliquer aux spécificités et à la culture de la sphère sportive. Ainsi, les compétences transversales et les savoirs acquis permettront aux étudiants de répondre aux besoins des organisations sportives (privées et publiques) et aux entreprises utilisant le sport comme vecteur de communication et d'image, l'ensemble de ces structures recherchant des managers adaptables en mesure de gérer des projets et de concevoir des événements en harmonie avec leur stratégie marketing.

En dehors des enseignements théoriques, un intérêt particulier est porté à la formation méthodologique (communication écrite et orale, travail en équipe) par le biais de travaux collectifs et individuels ainsi que par des mises en situation professionnelles (conduite de projet, études de cas réalisées au profit d'entreprises, de clubs sportifs ou d'association, organisation d'événements...).

Par ailleurs, la professionnalisation de la formation est renforcée par l'intervention de nombreux consultants extérieurs durant les deux années de Master qui transmettent leur expertise aux étudiants et leur offrent parallèlement une opportunité supplémentaire d'ouverture vers l'extérieur.

Compétences acquises :

Parcours 1 : Marketing du Produit (MP)

A l'issue de la formation, le diplômé sera capable de :

- Participer à la définition de la stratégie en termes de produits, de positionnement et d'offres commerciales.
- Assurer le développement d'un produit ou d'une ligne de produits.
- Suivre la production et veiller à la qualité
- Suivre l'ensemble de la gamme des produits en collaboration avec la création, les prototypes, le Bureau d'Etudes
- Piloter de A à Z des projets au sein de la direction commerciale et marketing
- Contrôler la totalité des phases du projet, de l'étude des besoins à la mise en place opérationnelle jusqu'au suivi...

Les étudiants apprennent à recueillir, à traiter et à analyser les informations nécessaires pour prendre les bonnes décisions marketing. Ils peuvent ainsi adapter les produits en fonction des exigences des clients tout en ne négligeant pas les contraintes de production. Ils n'ont ainsi aucune difficulté à communiquer avec les différents services nécessaires pour l'élaboration des produits et services. Leur adaptabilité et leur réactivité renforcent leur efficacité.

Ils développent leurs capacités en stratégie, en comportement du consommateur, en techniques d'études de marché, en élaboration du plan marketing, en norme de qualité... Ils acquièrent le sens de l'écoute, de la négociation, du travail en équipe, du respect des délais et des contraintes diverses.

Les étudiants issus du parcours MP intègrent ainsi principalement des entreprises industrielles mais aussi des entreprises de services préoccupées par la qualité de leur offre destinée à un public de plus en plus exigeant.

Parcours 2 : Management des Organisations, des Services et de l'Événement Sportifs (MOSES)

A l'issue de leur formation, les diplômés du parcours MOSES disposent des compétences nécessaires pour accéder à des fonctions d'encadrement. Ils sont ainsi capables de conduire un projet (élaboration d'un plan marketing, d'une politique de communication hors-média événementielle, offre de prestations de service), d'élaborer une stratégie commerciale, d'effectuer des diagnostics internes, de réaliser des études de marché et d'en déduire des préconisations stratégiques, d'analyser des tableaux de bord, de négocier des contrats, de manager une équipe, d'interpréter le cadre législatif et réglementaire, de gérer les moyens logistiques, les risques et les normes de sécurité.

L'ensemble des enseignements dispensés durant cette formation ainsi que les moyens pédagogiques mis en œuvre permettent aux étudiants d'acquérir le sens du relationnel, du travail en équipe, de la communication et de la négociation, de l'organisation, de la rigueur et du respect des délais mais également l'acceptation d'une mobilité, d'une disponibilité et d'une adaptabilité, qualités indispensables à la réussite professionnelle dans le secteur du sport et loisirs.

Secteurs visés :

Parcours 1 : Marketing du Produit (MP)

Le parcours MP permet aux étudiants d'intégrer différents secteurs d'activité notamment :

- Banque, assurance (HSBC, AG2R, CA, BRED, SG, La Poste, BNP-Paribas...)
- Industrie (HENKEL, HITACHI, LEXMARK, DIOR, CACHAREL, ELCOBRANDT, LEGRAND, ROSSIGNOL, CITROEN, HONDA, HILTI, KONGSKILDE...)
- Agro-alimentaire (LACTALIS, CONSERVE, NOVANDIE, UNITED BISCUITS, SOODIAL, CHRIST...)
- Téléphonie (SFR, France Telecom, Bouygues Telecom...)
- Commerce (Vente-privées.com, MONOPRIX, AUCHAN, ELIANCE...)
- Autres (Euro-RSCG, ANPE, PENTALOG, OXYNEO, GDF...)

Parcours 2 : Management des Organisations, des Services et de l'Événement Sportifs (MOSES)

Le parcours MOSES permet aux étudiants d'intégrer des secteurs d'activité où l'interface sport-entreprise est omniprésente :

- les équipementiers sportifs (Nike, Reebok, Lafuma, New Balance, Look...),
- les agences événementielles, en particulier à caractère sportif (Maracoudja...),
- les agences de conseil en marketing et communication (Hi-Media, Publicis, Havas Sport, Carat Sport...),
- les entreprises de distribution de matériels sportifs (Décathlon, Intersport...),
- les collectivités locales (communes, intercommunalités, conseils généraux et régionaux) et leurs "satellites" (Sociétés d'Economie Mixte...),
- les fédérations et les grands clubs sportifs professionnels et amateurs (Sportfive-Olympique Lyonnais, FC Sochaux, Fédération Française d'Athlétisme, Fédération Française d'Equitation...),
- les entreprises qui intègrent le sport dans leur stratégie marketing (Cetelem, Orange, BNP-Paribas, Française des jeux...),
- les sociétés de services et de loisirs sportifs (UCPA, Stade de France...),
- le département « sport, communication et sponsoring » des différents médias (Canal+, France 2 Télévision...).

Métiers visés :

Parcours 1 : Marketing du Produit (MP)

Les métiers exercés par les diplômés de ce parcours sont :

- Responsable marketing : il est à l'écoute de l'évolution du marché et des informations collectées sur le terrain, il réalise des analyses marketing pointues. Il analyse les ventes et donne les objectifs commerciaux et stratégiques aux chefs de produit ; il participe à la définition du plan marketing (catalogues, études de marché, argumentaires...) et il contribue à l'élaboration de la stratégie produits et image de marque. A partir de ces études, il a pour rôle de déceler et d'évaluer les opportunités du marché et d'établir un plan d'action.
- Chef de produit : il assure le développement d'un produit ou d'une ligne de produits, d'un service ou d'une ligne de services depuis leur conception jusqu'à leur mise à disposition sur le marché. Il procède à une analyse du marché (sources documentaires, études externes...), conçoit les plans d'action commerciale (segmentation et positionnement du produit, définition du produit, design, prix communication, distribution). Il propose

des améliorations pour la ligne de produits dont il a la charge. Il prépare les tests pour les nouveaux produits. Dans les entreprises industrielles, il peut suivre la production et veiller à la qualité.

- Chef de projet marketing : il assure le pilotage de A à Z des projets au sein de la direction commerciale et marketing. Il est en relation avec de nombreux interlocuteurs et il contrôle la totalité des phases du projet, de l'étude des besoins à la mise en place opérationnelle.
- Chargé d'études : il procède à des études qualitatives (motivations, freins) et quantitatives (sondages). Il applique les techniques d'analyse de données (tests, analyses descriptives, analyses explicatives) au sein de l'entreprise ou au sein d'une société d'études.

Parcours 2 : Management des Organisations, des Services et de l'Événement Sportifs (MOSES)

Les métiers exercés par les diplômés de ce parcours sont :

- Les métiers du marketing appliqué notamment au sport (chef de produit, responsable de la communication, sponsoring, événementiel, relations publiques, chef de publicité, responsable commercial, étude de marché) ;
- Les métiers de management (manager général dans les clubs professionnels ou les grands clubs amateurs ; responsable de magasin de distribution d'articles sportifs ; responsable d'équipement de sport et de loisirs, manager de structure de loisirs sportifs) ;
- Les métiers relatifs à la conception et à l'organisation d'événements (responsable de projets sportifs ou culturels, particulièrement dans les agences de communication événementielle) ;
- Les métiers du management public territorial du sport (directeur de service des sports d'une collectivité, responsable d'équipements sportifs...) ;
- Les métiers relatifs à la gestion quantitative du sport (contrôleur de gestion, audit, consultant...).

Stage(s) :

1^{ère} année : stage en entreprise d'une durée minimale de 10 semaines (facultative)

2^{ème} année : 5-6 mois de stage d'avril à août-septembre. Objectif : apporter son expertise à une entreprise ou organisation en mettant en œuvre les compétences acquises lors de la formation.

Exemples de missions pour le parcours MP: assister le chef de produit, seconder le responsable marketing, réaliser des études marketing, faire un diagnostic de l'entreprise et proposer la stratégie à suivre...

Exemples de missions pour le parcours MOSES : Participation à l'organisation d'événements nationaux voire internationaux, réalisation d'études de marché, conception d'offre de services, gestion des partenaires ou de la billetterie dans les grands clubs sportifs, élaboration de recommandations stratégiques en communication hors-médias...

Le rapport de stage doit mettre en évidence une problématique générale et dévoiler les moyens pour la résoudre.

PROGRAMME du MASTER 1^{ère} ANNEE
Spécialité MPME

Semestre 1	CM	TD-TP	Crédits
- Management stratégique	24	12	4
- Management des hommes et pilotage social	24		3
- Marketing opérationnel	24		3
- Stratégie de développement durable	18		3
- Outils de conception et architecture d'un site web	8	12	2
- Management de projet	18		3
- Anglais (langue appliquée aux affaires)		20	3
- Atelier de Techniques de Recherche d'Emploi : Projet Professionnel		2,5	
- Méthodologie de la recherche	12		
3 enseignements au choix parmi les 5 suivants :			
- Marketing des achats } A choisir pour suivre le parcours MP	24		3
- Analyse des données }	24	12	3
- Logistique appliquée à l'événement } A choisir pour suivre le parcours MOSES	24		3
- Droit, sport et Europe }	20		3
- Libre choix de cours ou activité	24		3
Semestre 2	CM	TD-TP	Crédits
- Comportement et communication	15		1
- Outils de communication médias	15		2
- Outils de communication hors médias	18		3
- Marketing des services	24		3
- Management des produits	24		3
- Gestion de la marque	20		3
- Anglais (langue appliquée aux affaires)		20	3
3 enseignements au choix parmi les 5 suivants :			
- Gestion de production } A choisir pour suivre le parcours MP	24		3
- Grande distribution }	24		3
- Marketing sportif } A choisir pour suivre le parcours MOSES	24		3
- Veille stratégique et prospective sportive }	10	12	3
- Libre choix de cours ou activité	24		3
1 enseignement au choix parmi les 2 suivants :			
- Stage et rapport de stage		2	3
- Libre choix de cours			3

PROGRAMME du MASTER 2ème ANNEE
Spécialité MPME (Voie recherche)

Semestre 3	CM	TD-TP	Crédits
Voie Recherche			
- Stratégie de veille marketing	30		4
- Stratégie et identité de la marque	24		4
- Anglais		18	2
- Histoire de la gestion	24		5
- Théorie des organisations	24		5
- Méthodologie qualitative	24		5
- Méthodologie quantitative	24		5
Semestre 4	CM	TD-TP	Crédits
Voie Recherche			
- Négociation-Partenariat		20	3
- Anglais (langue appliquée aux affaires)		18	2
- CRM (Customer Relationship Management) – Gestion de la relation client	24		4
- Mémoire de recherche et soutenance			21

Parcours Marketing du Produit (MP)

Semestre 3	CM	TD-TP	Crédits
Option Marketing du produit			
- Stratégie de veille marketing	30		4
- Organisation du processus de production	24		4
- Analyse du comportement du consommateur	15		2
- Méthodes d'analyse de données en marketing (SPSS)	21		3
- Conception et développement d'un produit	24		4
- Marketing business to business	30		4
- Anglais		18	2
- Gestion internationale du produit	24		4
- Initiation à la recherche (rédaction d'un mémoire + soutenance)			3
- Atelier de Techniques de Recherche d'Emploi : Projet Professionnel		7,30	
Semestre 4	CM	TD-TP	Crédits
Option Marketing du produit			
- Gestion de la qualité	24		4
- Gestion opérationnelle des marques	24		4
- Informatique : gestion de base de données et NTIC	10	10	3
- Cas de synthèse			4
- Anglais (langue appliquée aux affaires)		18	2
- Initiation à la recherche (rédaction d'un mémoire + soutenance)			3
- Séminaires professionnels	21		
- Stage et rapport de stage (écrit + soutenance)			10

**Parcours Management des Organisations, des Services et de l'Événement Sportifs
(MOSES)**

Semestre 3	CM	TD-TP	Crédits
Option Management des organisations, des services et de l'événement sportif			
- Diagnostic financier	20		3
- Diagnostic concurrentiel : étude de marché	20		3
- Diagnostic GRH	20		3
- Gestion de la marque dans le sport	12		2
- Outils de développement internet et multimédia	6	12	3
- Communication et événement	12		2
- Stratégies marketing appliquées à l'évènementiel	20		3
- Gestion de projets sportifs	20		3
- Organisation d'évènements		35	6
- Anglais		18	2
- Atelier de Techniques de Recherche d'Emploi : Projet Professionnel		7,5	
Semestre 4	CM	TD-TP	Crédits
Option Management des organisations, des services et de l'événement sportif			
- Négociation-Partenariat	10	14	3
- Droit des contrats et de l'image	20		3
- Management d'équipe et de projets sportifs	12		1
- Évènementiel et collectivités	14		2
- Développement durable et sport	10		1
- Gestion de la satisfaction client	12		1
- Organisation d'évènements		35	6
- Anglais (langue appliquée aux affaires)		18	2
- Conférences de praticiens du management	20		
- Stage, rapport de stage (écrit + soutenance)			10