

Objectifs de la formation

Le Master MPSI vise à former de futurs cadres aptes à adapter les produits en fonction des exigences des clients tout en conciliant les objectifs de conception de produits et services et les objectifs du marketing. Ils développent leurs capacités en stratégie, en comportement du consommateur, en techniques d'études de marché, en élaboration du plan marketing... Ils acquièrent le sens de la négociation, du travail en équipe, du respect des délais et des contraintes diverses. A l'écoute du marché et source de propositions, ils peuvent accompagner les projets de développement et définir les conditions de mise en œuvre.

Grâce au partenariat avec Nekoé, *1^{er} pôle français d'excellence en matière d'innovations par les services*, le Master MPSI présente la dimension innovation par les services pour permettre non seulement aux diplômés de participer à la définition de la stratégie en termes de produits, de positionnement et d'offres commerciales, mais aussi de s'intégrer dans un processus d'innovation par les services. Nekoé apporte son réseau d'entreprises et d'organisations partenaires à la formation.

Le Master MPSI s'appuie sur des enseignements théoriques, sur de nombreux travaux collectifs et individuels ainsi que sur des mises en situation professionnelles (études de cas, conduites de projet, travaux réalisés au profit d'entreprises...). Des professionnels expérimentés dans les métiers du marketing participent activement à la formation des étudiants, par le biais d'interventions et de conférences (Ads-Com, Bleu Nuit, BMF-graphisme, Bouygues T., Buzznative, Crédit Agricole, Epta Coatching, Etex, Ikea, Lab'O, Markecom, Nekoé, Point P, Worldline Global, Yooji, ZE-Company...).

Une notoriété reconnue

Le Master, depuis sa création en 1996, a su s'adapter aux évolutions des pratiques marketing. Il bénéficie d'une notoriété établie auprès de nombreuses entreprises :

Industrie alimentaire (BROSSARD, LACTALIS, NESTLE, CONSERVE, NOVANDIE, UNITED BISCUITS, SOODIAL, CHRIST, LSDH, LDC...),

Industrie non alimentaire (HENKEL, HITACHI, LEXMARK, DIOR, CACHAREL, BRANDT, LEGRAND, ROSSIGNOL, CITROEN, HONDA, HILTI, KONGSKILDE, SANDVIK, BOSTIK, PIER AUGÉ, ISOFRANCE...)

Banque, assurance (HSBC, AG2R, CREDIT AGRICOLE, BRED, SOCIETE GENERALE, LA POSTE, BNP-PARIBAS, MNH, THELEM, MMA...),

Communication (EXTERION MEDIA, HAVAS WORLDWIDE, LAGARDERE PUBLICITE, M6, 5^e ETAGE...)

Télécommunications (SFR, ORANGE, BOUYGUES TELECOM...),

Commerce (VEEPEE, MONOPRIX, AUCHAN, ELIANCE, VENTE-UNIQUE.COM, PICKMECAB, NOZ, ACCOR HOTELS, Mr BRICOLAGE, POINT P, CASTORAMA...),

Autres (PENTALOG, OXYNEO, EASYFLYER, ENGIE, PARTNAIRE...).

Master Marketing du Produit & des Solutions Innovantes

Secteurs & Métiers

MPSI

Les étudiants issus du Master MPSI intègrent des entreprises industrielles mais aussi des entreprises de services. Les principaux métiers exercés par les diplômés sont :

Les métiers de l'encadrement marketing (Responsable marketing ; Responsable marketing et communication ; Responsable marketing stratégique ; Marketing communication manager ; Responsable marketing opérationnel ; Responsable innovation services ; Responsable marketing et des projets innovants ; Responsable e-commerce ; Responsable de la connaissance client) ;

Les métiers de gestion de produits (Chef de produit junior, senior ; Chef de marché ; Chef de projet webmarketing et promotion ; Online marketing manager ; Chef de produit-brand content ; Responsable développement produit) ;

Les métiers d'analyse de marché (Chargé d'études marketing ; Consultant ; Chargé d'études de marché ; Analyste marketing ; Marketing business analyst ; Business analyst e-commerce ; Assistant marketing data client ; Chef de projets études marketing online ; Chargés d'études et marketing opérationnel) ;

Les métiers de coordination (Chef de projet marketing ; Responsable e-marketing ; Chargé de développement Internet ; Responsable marketing online ; Chef de produit développement ; Chargé de projet relation client ; Chef de projet expérience client) ;

Les métiers de créateur d'entreprise (E-commerce ; Conseil marketing ; Agence de marketing, communication).

Codes ROME :

M1703 Management et gestion des produits (chef de produit, chef de marché...)

M1705 Marketing (responsable marketing, chef de groupe marketing...)

M1707 Stratégie commerciale (responsable commercial, responsable e-commerce...)

E1401 Développement et promotion publicitaire (chef de projet publicitaire...)

M1403 Etudes et prospectives socio-économiques (chargé d'études en marketing)

Compétences acquises

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 l'ensemble de la gamme des produits en collaboration avec la création, les prototypes, le bureau d'études ;
- 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 ;
- s'intégrer dans un processus d'innovation par les services ;
- maîtriser les logiciels comme SPSS Statistics, SPSS Modeler, les outils de mesure et d'analyse du trafic web (ex : Google Analytics) ;
- diagnostiquer l'efficacité d'un point de vente ;
- réaliser des études de marché (analyse des attentes, mesure des variables influençant la décision...);
- utiliser des techniques de créativité ;
- gérer un site e-commerce ;
- évaluer les leviers de l'innovation ;
- maîtriser les techniques de marketing spécifiques aux produits et services ;
- connaître les outils d'analyse de la marque ;
- maîtriser les techniques de marketing en ligne (réaliser une campagne publicitaire web, d'emailing, suivre la rentabilité des campagnes web...);
- s'exprimer en anglais (passage du TOEIC).

SEMESTRE 1	Cours magistraux	Travaux dirigés	ECTS
UE 1 Management stratégique			
Management des équipes, communication interne et innovation collaborative	20		4
Gestion de projet	18		3
RSE	18		4
Marketing des services	18		3
Business english (1)		20	3
UE 2 Stratégies créatives et numériques			
Communication audiovisuelle		16	2
Innovathon	20		2
Social media marketing	10 x 2 groupes		3
UE 3 Options et projets 2 enseignements au choix :			
Logistique événementielle	18		3
Stratégie d'innovation	18		3
Projet associatif ou professionnel			3
UE 4 Atelier professionnel			3
Atelier de technique de recherche d'emploi (projet pro)		3	-

SEMESTRE 2	Cours magistraux	Travaux dirigés	ECTS
UE 5 Stratégies de communication			
Comportement et communication	15		2
Outils de communication médias et hors médias	15		2
Digital Marketing	6	12	2
Initiation à photoshop		16	2
Business english (2)		20	3
UE 6 Marketing sectoriel			
Marketing événementiel	12		2
Marketing du produit	12		2
Brand management	18		3
Stratégie cross-canal	18		3
UE 7 Options et projets 2 enseignements au choix :			
Marketing sportif et marketing culturel	18		3
L'intelligence artificielle au service de l'expérience client	18		3
Projet associatif ou prof.			3
UE 8 Pratiques professionnelles			
Stage et rapport de stage		2	3

Un stage de 10 semaines à 4,5 mois doit être réalisé entre la 1^{ère} et la 2^{ème} année de Master.

SEMESTRE 3	Cours magistraux	Travaux dirigés	ECTS
UE 1 Etudes marketing			
Consommation et Culture	24	-	4
Retail data analysis	24	-	4
Outils d'analyse du comportement du consommateur	15	-	2
Etudes et analyses marketing	21	-	3
Projet d'études et de recherche (rédaction d'un mémoire)	-		3
UE 2 Conception et diffusion des solutions innovantes			
Conception et développement d'un produit	24	-	4
Diffusion des Innovations	21	-	3
Méthodes et Processus de Design des Services	21	-	3
Conception de documents PAO	21		2
English for marketing	-	18	2

SEMESTRE 4	Cours magistraux	Travaux dirigés	ECTS
UE 3 Stratégie marketing digitale			
E-marketing, outils de communication du web	8	13	2
Stratégie e-commerce	6	6	1
M-marketing	6	6	2
Marketing participatif	15	-	2
UE 4 Marketing multicanal			
Marketing RH	18		2
Challenges marketing	24	-	3
Cas de synthèse marketing	20	-	3
English for marketing (TOEIC)	-	18	2
Projet d'études et de recherche (rédaction d'un mémoire + soutenance)	-	7	3
UE 5 Pratiques professionnelles			
Séminaires professionnels (Analyse des données de panels, Communication, Conception de produit....)	25	-	
Apprentissage (mémoire + soutenance)			10

En 2^{ème} année, l'alternance permet, en fonction des missions, d'assister un chef de produit, de réaliser des études marketing, de définir l'offre produits et services, de développer la communication on-line... Cette alternance est l'occasion pour l'étudiant de préparer concrètement son entrée sur le marché de l'emploi.



Conditions d'accès

Procédure d'inscription

Pour candidater au Master MPSI (en première et/ou en deuxième année), un dossier de candidature doit être téléchargé puis retourné au secrétariat de l'IAE d'Orléans :

<https://ecandidat.univ-orleans.fr>

Condition d'admission

Les candidats pour la première année de Master Marketing doivent être titulaires de 180 ECTS (bac + 3). L'accès en première année est ouvert aux titulaires d'une licence 3 Marketing ou Sciences de Gestion ou Management du Sport.

La formation s'adresse aux étudiants en formation initiale mais aussi aux personnes engagées dans la vie active (dossier de candidature pour la formation continue à retirer auprès du SEFCO : <http://www.univ-orleans.fr/sefco/>).

Les candidats pour la deuxième année de Master MPSI doivent avoir validé 240 ECTS (bac + 4), être titulaires d'un Master 1 Marketing à l'Université ou en Ecole de Commerce (reconnue par l'Etat). Pour le contrat d'apprentissage en M2 : avoir moins de 30 ans au début de la date du contrat d'apprentissage. Renseignements : <http://www.cfa-univ.fr/>,

Procédure d'admission

L'admission en première année de Master MPSI comprend deux étapes :

- Etude du dossier de candidature ;
- Entretien de motivation avec un jury composé d'universitaires et de praticiens pour les candidats retenus.

L'admission en deuxième année de Master MPSI se fait sur dossier.

Coût de la formation

Pour les étudiants en formation initiale, droits universitaires :

<http://www.univ-orleans.fr/service-central-de-scolarite/tarifs>

Pour les étudiants en formation continue :

<http://www.univ-orleans.fr/sefco>

Responsable du Master

Geneviève PAVIOT

Maître de Conférences à l'Université d'Orléans

genevieve.paviot@univ-orleans.fr

Contact administratif

master.iae@univ-orleans.fr

IAE Faculté de Droit, D'Economie et de Gestion

Rue de Blois – B.P. 26739

45 067 Orléans cedex 2

Tél : 02 38 41 70 28



Kévin LEBOIRE

Depuis toujours, j'ai souhaité intégrer une direction marketing mondiale dans le secteur automobile.

J'ai décidé de faire confiance au Master MPSI et à l'IAE d'Orléans pour réaliser mon projet professionnel. A aucun moment je ne regrette ce choix.

Suite à mon stage de fin d'études, j'ai intégré le siège mondial du groupe PSA en tant qu'**International Marketing Manager** pour **Citroën**. Aujourd'hui responsable de plus de 20 pays à travers le monde, j'ai pour mission d'accompagner les directeurs marketing des filiales et des importateurs à construire et valider leur plan marketing annuel tout en les conseillant afin d'optimiser leurs actions sur leur marché.

Le Master MPSI a donc été le fer de lance de ma carrière professionnelle. C'est une formation de qualité qui permet d'acquérir les connaissances et les compétences nécessaires à une insertion professionnelle rapide.

Justine LE GALL

Actuellement, je suis **Chef de produit** Junior chez **Lactalis-Nestlé** pour le marché de l'Ultra Frais MDD France. Le Master MPSI a conforté mon choix de vouloir travailler dans le domaine du marketing et m'a permis de découvrir le métier de Chef de Produit et la variété des missions en lien avec ce poste. Durant mon master MPSI, j'ai eu l'opportunité d'étudier à l'étranger (Norvège) pour ma première année. Cette expérience a été l'occasion de développer mon anglais et découvrir une nouvelle culture en acquérant une vision internationale du marketing.

Cette formation MPSI nous plonge dans le travail en équipe et les matières abordées couvrent l'ensemble des métiers relatifs au marketing, offrant à chacun une liberté pour se spécialiser. L'intervention de professionnels apporte une vision pratique aux enseignements théoriques.

Ma deuxième année de Master en apprentissage a été un véritable tremplin vers la vie professionnelle, m'a donné confiance en moi et a renforcé mes connaissances pour trouver un emploi directement en sortie d'étude.

Sony VAN MARCKE

À la suite de ma formation Marketing du Produit et des Solutions Innovantes au sein de l'IAE d'Orléans, je travaille actuellement en tant que **chargé de projet déploiement** sur un système informatique dans une **grande surface de Bricolage**. La formation m'a apporté de réelles connaissances dans le domaine du produit ainsi que les services. Savoir anticiper, prévoir, analyser les différents aspects d'un marché, d'un produit, ou des envies consommateurs est primordial aujourd'hui.

La formation nous forme à tout cela en nous préparant grâce à des cas concrets, des travaux de groupe, et nous pousse à nous former auprès des entreprises grâce à son programme d'alternance. Pouvoir mettre en œuvre l'apprentissage universitaire dans un environnement professionnel, avec toute sa complexité concurrentielle est un réel atout pour cette formation. Nous sommes formés sur l'élaboration, la conceptualisation complète d'une stratégie marketing ce qui nous permet d'être prêts à la sortie des études. C'est ici qu'est le réel point fort de cette formation, ce qui en fait un diplôme reconnu.