



PRÉ-REQUIS

Niveau requis : titulaires d'un M1 en gestion ayant suivi des cours d'option en marketing (comportement du consommateur, études de marché, analyse de donnée) ou des diplômés scientifiques (pharmacie, physique, chimie, ingénieur...) cherchant une double compétence pour intégrer des équipes marketing.



CONDITION D'ADMISSION

Pour déposer votre candidature, veuillez suivre les instructions sur le site de Paris Saclay : <http://www.universite-paris-saclay.fr/fr/formation/admission>
Modalités : dossier et entretien.

Métiers visés

La formation est destinée à former des chefs de produits, des responsables marketing digital, des brand managers, des chefs de marché, des ingénieurs marketing, des ingénieurs produits, des consultants marketing, des chargés d'études, des category managers, au sein de grandes entreprises ou de PME innovantes.

Entreprises partenaires

Orange, Renault, Oligosanté, SNCF, HP France, Swiss Life Santé Prévoyance, Accor Hôtels, ...

MARKETING-VENTE

BAC +5

MARKETING-VENTE
MAS2 MI

MASTER 2

INNOVATION, ENTREPRISE ET SOCIÉTÉ MARKETING DE L'INNOVATION



CONTACTS

Contacts filière

Responsable de filière :
Florence DURIEUX

florence.durieux@universite-paris-saclay.fr

Mail générique du master

master2-marketing-innovation.jean-monnet@universite-paris-saclay.fr

Secrétariat pédagogique :

formations-alternance.jean-monnet@universite-paris-saclay.fr

Contacts CFA UNION

Pour toute information concernant l'apprentissage
et les conditions du contrat :

www.cfa-union.org

Conception : Sandrine Dorsemaine.com - Fév. 2023

université
PARIS-SACLAY

FACULTÉ
JEAN MONNET
DROIT-ÉCONOMIE-GESTION



cfa
UNION

www.cfa-union.org

cfa
UNION



LIEU DE LA FORMATION

Université Paris-Saclay
 Formation pilotée par l'Université Paris Saclay - Faculté
 Jean Monnet
 27 avenue Lombard – 92260 FONTENAY AUX ROSES
www.jm.universite-paris-saclay.fr

BAC +5 - MASTER 2 INNOVATION, ENTREPRISE ET SOCIÉTÉ MARKETING DE L'INNOVATION

MAS2 MI



TYPE DE CONTRAT

Contrat d'apprentissage

Contrat de professionnalisation



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Il s'agit de former des chefs de produits ou des responsables de produits qui disposent des compétences fondamentales en marketing pour gérer leur activité au quotidien. Face aux nouvelles données du marché mondial l'innovation est aujourd'hui au coeur des préoccupations des responsables marketing et le chef de produit est alors à l'interface de plusieurs fonctions de l'entreprise : ventes, chercheurs en R et D, juristes, direction générale. Les futurs cadres seront donc sensibilisés aux nouvelles problématiques : développement de nouveaux produits, gestion de crise, propriété intellectuelle et veille.



RYTHME DE L'ALTERNANCE

1 an. Volume horaire à l'Université : 420 heures.

Alternance : Certaines périodes 2 à 3 semaines en entreprise / 1 à 2 semaines en formation – d'autres périodes en temps plein en entreprise.

PROGRAMME DE LA FORMATION

Environnement marketing	Innovation dans les organisations, Innovation dans la distribution et relation client, Gestion de produits et de la marque, Consommateur et société numérique, Digital marketing,	126h
Outils marketing	Propriété industrielle, Eco-conception, Techniques de créativité, Méthodologie du mémoire, Lancement de nouveaux produits	105h
Analyse des données	Méthodologie qualitative, Analyse statistiques multivariées	
Compétences transverses et méthodologiques	Développement personnel, Business English	63h
Insertion professionnelle	Challenge Innovation, Grand Oral, Observatoire et Veille des Innovations Responsables	84 h
TOTAL		420 h

**Pour plus d'informations
 sur le financement de nos formations**

www.cfa-union.org
<http://site.cfa-union.org/pages/financement>

