

Présentation

Cette formation originale et unique en France accueille des étudiants de différentes licences : LEA (langues étrangères appliquées), LLCE (langues, littératures et cultures étrangères) droit privé, droit fondamental, éco-gestion, info-com, psychologie, sociologie, sciences de l'éducation. Elle permet aux étudiants de construire une double compétence en approfondissant leurs connaissances en cultures de consommation, en communication, en gestion et en stratégie marketing. Les enseignements et une expérience professionnelle (stage de 3 mois minimum) visent à renforcer le socle de connaissances et de compétences pour poursuivre en Master 2 dans les parcours :

« **Marques et Produits jeunesse** » – Angoulême

« **Design Communication et Packaging** » – Angoulême

Objectifs

Via une pédagogie par projets, le programme associe des cours de marketing, d'analyse visuelle, de sémiotique des objets, d'éco conception, d'études de marché, de management des marques, complété par des formations aux outils numériques de création et de gestion.

Les métiers

-  Chef de produits
-  Chef de projet
-  Social marketing manager
-  Trade marketing

Compétences acquises

-  Conduire des analyses sur les comportements des consommateurs.
-  Coordonner et gérer globalement un projet d'études de marché.
-  Elaborer des cahiers des charges pour mettre en place une stratégie de communication plurimédia.
-  Evaluer l'impact des stratégies marketing.
-  Maîtriser les enjeux de la globalisation des marchés des produits de grande consommation.

Les + de la formation

-  Note A+ attribuée par l'Agence d'Evaluation de la Recherche et de l'Enseignement Supérieur.
-  Master classé en 2014 parmi les 20 meilleurs Masters de France dans le domaine : « E-Business et Communication Interactive » par SMBG
-  Une large ouverture sur les sciences humaines pour enrichir ses compétences de marketing
-  Anglais des affaires pour être capable de présenter, négocier et contre argumenter
-  Possibilité de semestre Erasmus dans le réseau des universités européennes ou semestre à l'étranger (Canada, Etats Unis)
-  Un réseau de diplômés qui proposent des stages ambitieux

Parcours Master 1 | Marketing, Vente

Programme 1ère Année

Semestre 1 – 30 ECTS

UE1 : Marketing Management 9 ECTS

Fondements du marketing
Information marketing : études, panels, données
Communication plurimédia

UE2 : Fondements de la consommation 9 ECTS

Sociologie des usages et de la consommation
Théories de la socialisation du consommateur

UE3 : Langue 3 ECTS

Anglais

UE4 : Techniques de gestion 9 ECTS

Droit de la propriété intellectuelle
Contrôle de gestion

Semestre 2 – 30 ECTS

UE1 : Cultures de consommation 6 ECTS

Recherches actuelles en marketing (méthodologie)
Marketing générationnel
Marketing sémiotique

UE2 : Management stratégique 6 ECTS

Manœuvres stratégiques et marchés mondiaux
Management des opérations internationales

UE3 : Langue 3 ECTS

Anglais

UE4 : Stage 15 ECTS

12 semaines minimum d'avril à août en France ou à l'étranger. Rédaction et soutenance d'un rapport de stage.

+ Possibilité de Semestre Erasmus

Prérequis

Conditions d'accès

Etudiants titulaires de licences diverses : LEA-LLCE, droit privé et fondamental, éco-gestion, info-com, psychologie, sociologie, sciences de l'éducation.

Niveau de langues

Français C1

Anglais B2



Candidature

Session unique:

Candidatures du

26 avril au 17 mai 2021

sur ECandidat :

<https://ecandidat.appli.univ-poitiers.fr>

Etude des dossiers mi-mai 2021.

Entretiens en juin 2021.

Poursuite d'études

Master 2

« Marques et Produits Jeunesse » + infos

« Design Communication et Packaging » + infos

Responsable : Olivier RAMPNOUX

<http://cepe.univ-poitiers.fr>

Présentation :

Formation originale ouverte aux étudiants des licences LEA, droit, économie gestion, info-com, psychologie, sociologie ou ayant obtenus 180 crédits ECTS. Elle leur permet de construire des compétences en approfondissant leurs connaissances en cultures de consommation et communication tout en devenant des experts de la stratégie marketing du couple produit/packaging.

Objectifs :

A travers une pédagogie par projet, le programme associe des cours de marketing, d'analyse visuelle, sémiotique des objets, éco conception, études de marché, management des marques, complété par des formations aux outils numériques de création et de gestion. Il permet d'aborder les différentes perspectives de recherche en marketing, communication, packaging et de réaliser un travail de recherche appliquée.

LES + DE LA FORMATION

- Parcours unique en France, implanté au cœur du Campus de l'Image Magélic et de la Spirits Valley.
- Partenariat étroit avec Atlanpack et l'Institut National du Design Packaging implantés à Cognac.
- Réseau actif de plus de 600 diplômés.
- Participation à des concours professionnels nationaux : Emballé 5.0, FreePack Spirit, les Oscars de l'Emballage.
- Etudes de cas, gestions de projets, conférences.
- Semestre Erasmus (S2 du Master 1) et stage possible à l'étranger en Master 1 et 2.

MÉTIERS VISÉS

Chef de produit - Coordinateur packaging - Designer - Chef de projet packaging - Responsable des achats - Responsable développement produit / packaging ...

En agences de communication, de design, d'études, indépendantes ou intégrées, dans les directions marketing et communication des marques nationales ou de la grande distribution.

ENTREPRISES OÙ TRAVAILLENT LES DIPLÔMÉS

Agora Pulse	Diadeis	MeadWestvaco
Ansell	Digital Packaging	Next Emballage
Aquaflores	Entremont	Oxford
Black and Gold	Sodiaal	Rémy Martin
Brico Dépôt	Extrême	Sanofi
C.Capital	Hotshop	Surf
Carrefour	Inessens	Système U
CD Design	La Simple Agence	Toga
Christian Dior	Lancaster	Yves Rocher
Meukow	Linéa	Gutenberg Networks
Daedalus	Logic Design	Newell Rubbermaid
Decathlon	Lonsdale Design	The Small Monsters

SAVOIR-FAIRE & COMPÉTENCES

- Etre capable de présenter, négocier et contre argumenter en anglais des affaires.
- Connaître les valeurs et usages des pratiques de consommation.
- Analyser les marchés et leur environnement économique et culturel afin d'identifier les opportunités stratégiques.
- Organiser le processus de création et de développement de produits, de leurs emballages et de leur design de communication.
- Développer une démarche d'éco conception.
- Coordonner les processus sociologiques, artistiques, sémiotiques, commerciaux et juridiques qui nourrissent les identités de marques.
- Savoir adapter la méthode de recherche à différentes problématiques marketing.

PROGRAMME 1^{ère} ANNÉE*

Semestre 1 – 30 ECTS

UE1 : Marketing Management 9 ECTS

Fondements du marketing
Information marketing : études, panels, données
Communication plurimédia

UE2 : Fondements de la consommation 9 ECTS

Sociologie des usages et de la consommation
Théories de la socialisation du consommateur

UE3 : Langue 3 ECTS

Anglais

UE4 : Techniques de gestion 9 ECTS

Droit de la propriété intellectuelle
Contrôle de gestion

Semestre 2 – 30 ECTS

Possibilité de Semestre Erasmus

UE1 : Cultures de consommation 6 ECTS

Recherches actuelles en marketing (méthodologie)
Marketing générationnel
Marketing sémiotique

UE2 : Management stratégique 6 ECTS

Manœuvres stratégiques et marchés mondiaux
Management des opérations internationales

UE3 : Langue 3 ECTS

Anglais

UE4 : Stage 15 ECTS

12 semaines minimum d'avril à août en France ou à l'étranger. Rédaction et soutenance d'un rapport de stage.

PROGRAMME 2^{ème} ANNÉE*

Semestre 3 – 30 ECTS

UE1 : Marketing, design packaging 6 ECTS

Sémiotique du packaging
Marque et packaging
Mémoire de recherche

UE2 : Packaging et société 9 ECTS

Eco design
Enjeux sociétaux du packaging
Attitudes, comportements et packaging

UE3 : Langue 3 ECTS

Anglais

UE4 : Marketing et nouvelles technologies 6 ECTS

E-marketing
Communication et Web design
Management de la créativité

UE5 : Projets professionnels 6 ECTS

Management d'un projet packaging
Design de communication

Objectifs

UE1 : Marketing, design packaging

Construire des connaissances actualisées sur la place des marques et la fonction du design de communication dans l'économie de marché.

UE2 : Packaging et société

Construire des connaissances actualisées sur la place et la fonction du design communication dans l'économie de marché puis analyser et modéliser les comportements du consommateurs.

UE3 : Langue

Maîtriser le vocabulaire de la chaîne graphique, des techniques et des procédés du packaging.

UE4 : Marketing et nouvelles technologies

Concevoir et mettre en œuvre des stratégies digitales pour valoriser au plan international des marques.

UE5 : Projets professionnels

Conduire collectivement l'intégralité d'une étude marketing sur une problématique réelle en lien avec les enjeux professionnels.

Semestre 4 – 30 ECTS

Mémoire et Stage

6 mois (24 semaines) de mars à septembre en France ou à l'étranger.
Rédaction et soutenance d'un mémoire de recherche.

CEPE—IAE

186 rue de Bordeaux - 16025 ANGOULEME Cedex
Tél. 05 45 21 00 11 / cepe@poitiers.iae-france.fr

Responsable : Inés de LA VILLE

<http://cepe.univ-poitiers.fr>

Présentation :

Ce parcours propose une spécialité unique en France qui forme des responsables marketing maîtrisant les enjeux stratégiques dans les secteurs dynamiques et internationalisés qui s'adressent à la jeunesse : puériculture, jouet, télévision, jeu vidéo, édition, presse, cinéma, mode-habillement, agro-alimentaire, musique... Lors de la 1^{ère} année, l'étudiant appréhende différentes perspectives de recherche en marketing afin de pouvoir se former par la recherche, dans une logique de co-enseignement en lien avec les professionnels.

Objectifs :

Conçu pour des étudiants ayant validé une licence de gestion, de sciences humaines, de langues étrangères appliquées, d'info-com ou de droit, le programme combine des enseignements approfondis en sciences humaines (psychologie, sociologie, droit) et en marketing digital tout en renforçant la pratique de l'anglais des affaires. Il permet d'aborder les différentes perspectives de recherche en marketing jeunesse et de réaliser un travail de recherche appliquée.

MÉTIERS VISÉS

Responsable marketing digital - Chef de produit, de secteur ou de marque - Responsable/coordonnateur licences - Responsable diversification - Community manager - Social marketing manager - Kids market research - Trade marketing - Responsable business développement

SAVOIR-FAIRE & COMPÉTENCES

- Maîtriser les enjeux économiques, culturels, et éthiques de la globalisation des marchés adressés aux enfants et aux jeunes de 0 à 25 ans.
- Organiser le processus de développement de produits/services adaptés aux différents segments des marchés jeunesse.
- Coordonner l'intégralité d'un projet de licensing : de l'identité de marque au trade marketing.
- Manager la valorisation plurimédia à l'international du brand content (communication 360°).
- Savoir adapter la méthode de recherche à différentes problématiques marketing.
- Etre capable de présenter, négocier et contre argumenter en anglais des affaires.

LES + DE LA FORMATION

- Parcours unique en France, implanté au cœur du Campus de l'image Magélic spécialisé dans le domaine des industries culturelles et créatives.
- Partenariat étroit avec la Fédération Jouet Puériculture, le Syndicat des Producteurs de Films d'Animation, le Syndicat National du Jeu Vidéo, le Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs, le Pôle Enfant Nova Child, le Centre d'Entraînement aux Méthodes d'Education Active.
- Réseau actif de plus de 700 diplômés.
- Etudes de cas, gestions de projets, conférences.
- Semestre Erasmus (S2 du Master 1) et stage possible à l'étranger en Master 1 et 2.

ENTREPRISES OÙ TRAVAILLENT LES DIPLÔMÉS

TF1	LeapFrog	Goliath
NRJ	Ludendo	Studio 100
Disney TV	Ankama	Walt Disney Cie
Le Toy Van	Splash Toys	Biplano Licensing
Hasbro	Galec	Poree Havlik
Orchestra	Asmodee	Gifi
Nathan	Baby Botte	Nathan
Lego	Mondo TV	Edition des Braques
Playmobil	Britax Römer	Oxybul éveil et jeux
Ubisoft	Colgate	
Vtech	Editions Kana	
EuropaCorp	Gemo	
Mediatoon	Planeta Junior	

PROGRAMME 1^{ère} ANNÉE*

Semestre 1 – 30 ECTS

UE1 : Marketing Management 9 ECTS

Fondements du marketing
Information marketing : études, panels, données
Communication plurimédia

UE2 : Fondements de la consommation 9 ECTS

Sociologie des usages et de la consommation
Théories de la socialisation du consommateur

UE3 : Langue 3 ECTS

Anglais

UE4 : Techniques de gestion 9 ECTS

Droit de la propriété intellectuelle
Contrôle de gestion

Semestre 2 – 30 ECTS

Possibilité de Semestre Erasmus

UE1 : Cultures de consommation 6 ECTS

Recherches actuelles en marketing (méthodologie)
Marketing générationnel
Marketing sémiotique

UE2 : Management stratégique 6 ECTS

Manœuvres stratégiques et marchés mondiaux
Management des opérations internationales

UE3 : Langue 3 ECTS

Anglais

UE4 : Stage 15 ECTS

12 semaines minimum d'avril à août en France ou à l'étranger. Rédaction et soutenance d'un rapport de stage.

PROGRAMME 2^{ème} ANNÉE*

Semestre 3 – 30 ECTS

UE1 : Enfants et jeunes consommateurs 6 ECTS

Comportement de l'enfant utilisateur
Pratiques de consommation juvénile
Mémoire de recherche

UE2 : Marketing plurimédia 9 ECTS

Politique de licensing
Management juridique et financier
Marketing jeunesse

UE3 : Langue 3 ECTS

Anglais

UE4 : Modèles économiques plurimédia 6 ECTS

Technologies de l'information marketing
E-Commerce
Economie des médias et modèles d'affaires

UE5 : Projets professionnels 6 ECTS

Management d'un projet plurimédia
Brand content management

Objectifs

UE1 : Enfants et jeunes consommateurs

Analyser et modéliser les spécificités du comportement des enfants et des jeunes en matière de consommation.

UE2 : Marketing plurimédia

Identifier les enjeux d'une démarche de licensing afin d'étendre le territoire d'une marque jeunesse en développant une politique de produits dérivés, à partir d'une propriété intellectuelle.

UE3 : Langue

Maîtriser le vocabulaire du développement de l'enfant, des nouvelles pratiques médiatiques des jeunes.

UE4 : Modèles économiques plurimédia

Concevoir et mettre en œuvre des stratégies pour valoriser au plan international un univers culturel destiné à la jeunesse, sur différents médias.

UE5 : Projets professionnels

Conduire collectivement l'intégralité d'une étude marketing sur une problématique réelle en lien avec les enjeux professionnels.

Semestre 4 – 30 ECTS

Mémoire et Stage

6 mois (24 semaines) de mars à septembre en France ou à l'étranger.
Rédaction et soutenance d'un mémoire de recherche.

CEPE—IAE

186 rue de Bordeaux - 16025 ANGOULEME Cedex
Tél. 05 45 21 00 11 / cepe@poitiers.iae-france.fr