Marketing international et interculturel

Marketing vente

Objectifs

L'objectif du parcours à l'international est de :

- Compléter des connaissances et compétences métiers solides en Entrepreneuriat et management de projet, Gestion des ressources humaines, Marketing-vente ou administration des entreprises (selon le master choisi) par des connaissances et compétences en management international
- Pouvoir prétendre à une carrière internationale ou en lien avec l'international (marchés étrangers, équipes internationales, export, etc.)

Un apprentissage ouvert sur le monde :

- Une Développer une ouverture interculturelle
- Enrichir ses connaissances par des approches et méthodes différentes
- Mieux appréhender les marchés étrangers
- Acquérir une excellente maîtrise de l'anglais du management et de son domaine d'expertise

Compétences

Les diplômés du parcours international des Master GRH, MVD, EMP et MAE seront à même de :

- D'exercer leur métier dans un contexte international, sur des marchés étrangers et/ou avec des interlocuteurs étrangers
- De développer des plans d'action à l'international
- De gérer des équipes multiculturelles et de s'y insérer
- De travailler en anglais

Conditions d'accès

Baccalauréat + 3/4

Organisation

Modalités de formation

FORMATION INITIALE

FORMATION CONTINUE

EN ALTERNANCE

Informations pratiques

Lieux de la formation

Institut d'Administration des Entreprises

Contacts Formation Initiale

Anaïs Pennognon

03 22 82 71 44

scolarite-iae@u-picardie.fr

Plus d'informations

Institut d'Administration des Entreprises

Pôle Universitaire Cathédrale,
10 Placette Lafleur - BP 2716
80027 Amiens Cedex 1
France

https://iae.u-picardie.fr/

Organisation

Le master 1 est réalisé intégralement à l'étranger chez un partenaire Erasmus de l'IAE (voir liste sur le site UPJV, rubriques « Étudier à l'international »)

Le contrat d'études, établi avec le responsable de la mobilité internationale de l'IAE, comprend :

Une UE de management international ou interculturel (quand proposée)

Une UE d'apprentissage de la langue locale (quand proposée)

Le reste des UE doit correspondre au mieux à celles proposées en M1 du master choisi (UE fondamentales et transversales en management pour le MAE)

Le master 2 est dédié à la spécialisation dans le domaine du master choisi (cf. fiche spécifique)

Certains cours sont enseignés en anglais et une certification est proposée

L'année de M2 peut être effectuée en alternance avec un rythme d'une semaine en formation / une semaine en entreprise (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation)

Volume horaire : Se reporter à la fiche spécifique du master choisi. - Crédits 120 ECTS

Période de formation

De septembre à juin

Stage de 4 mois minimum

Contrôle des connaissances

Contrôle continu et/ou examens terminaux.

Responsable(s) pédagogique(s)

Sophie Changeur

sophie.changeur@u-picardie.fr

Programmes

VET MIROIR (Pour annexe)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
Compétence 1 Mettre en oeuvre les nouvelles méthodes, nouvel					10
UE Competence 1 Master 1 Semestre 1					3
Transformations digitales du marketing (et certification GOO	21	15	6		3
UE Competence 1 Master 1 Semestre 2					7
Les bases de l'IA (et certification elements of AI)	14	10	4		1
Mesures de performance webmarketing	14	10	4		2

Outils avancés du WEB et du e-commerce	21	15	6		2
SAE Gestion de projet marketing digital	16		16		2
Compétence 2 Mener une démarche scientifique en marketing					11
UE Competence 2 Master 1 Semestre 1					8
Anglais du marketing et de la recherche en marketing	28	20	8		3
Initiation à la recherche et méthodes d'enquêtes	14	10	4		1
Statistiques appliquées au marketing	21	15	6		2
SAE projet de recherche dirigé en anglais	10		10		2
UE Competence 2 Master 1 Semestre 2					3
Analyse des données et datamining	28	20	8		3
Compétence 3 Adopter une posture et une pratique professionn					9
UE Competence 3 Master 1 Semestre 1					5
Marketing international et interculturel	21	15	6		2
SAE Management de projets	21	15	6		3
UE Competence 3 Master 1 Semestre 2					4
Comportement organisationnel	21	15	6		2
Management d'équipes commerciales	21	15	6		2
Compétence 4 Agir en tant que responsable marketing dans une					12
UE Competence 4 Master 1 Semestre 1					7
Analyse des tendances de consommation	14	10	4		1
De l'idée au marché	28	20	8		3
SAE Décisions marketing (serious game)	35	25	10		3
UE Competence 4 Master 1 Semestre 2					5
Analyse financière et contrôle de gestion	21	15	6		3
Droit de la consommation et de la concurrence	21	15	6		2
Compétence 5 Gérer la distribution et la communication dans					9
UE Competence 5 Master 1 Semestre 1					4
Stratégie de distribution et trade marketing	21	15	6		3
SAE Etude de cas réel en distribution	6		6		1

UE Competence 5 Master 1 Semestre 2					5
Création de contenus audiovisuels et content management	28	20	8		2
Communication multicanale	14	10	4		2
SAE Etude de cas réel en communication	6		6		1
Compétence 6 Inscrire ses pratiques marketing dans la transf					9
UE Competence 6 Master 1 Semestre 1					3
Marketing responsable et stratégie RSE des organisations	21	15	6		3
UE Competence 6 Master 1 Semestre 2					6
Atelier Climat - carbone	6		6		1
Nouveaux consommateurs, nouvelles consommations	14	10	4		2
SAE Projet de spécialité : marketing eco-responsable et/ou i	10		10		3
BONUS MASTER 1 SEMESTRE 1					
BONUS MASTER 1 SEMESTRE 2					

VET MIROIR M1 MV - MII	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BILAN COMPETENCES MASTER 1 MARKETING VENTE					
Compétence 1 - Niveau 1 - Master 1 MARKETING VENTE					10
Compétence 2 - Niveau 1 - Master 1 MARKETING VENTE					11
Compétence 3 - Niveau 1 - Master 1 MARKETING VENTE					9
Compétence 4 - Niveau 1 - Master 1 MARKETING VENTE					12
Compétence 5 - Niveau 1 - Master 1 MARKETING VENTE					9
Compétence 6 - Niveau 1 - Master 1 MARKETING VENTE					9

VET MIROIR MASTER 2 MARKETING VENTE DISTRIBUTION INTERNATION	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
UE1 CROSS CULTURAL BUSINESS ET CERTIFICATION	21	15	6		3
UE2 DEVELOPPEMENT PERSONNEL ET PROFESSIONNEL	28	20	8		3
UE3 GESTION DE PROJET MARKETING	42	30	12		6
UE4 FONCTION CHEF DE PRODUIT MARKETING	35	25	10		6
UE5 GESTION DES MARQUES	28	20	8		3

UE6 METHODES DE RECHERCHE D'ANALYSE AVANCEES QUALITATIVES ET	28	20	8		3
UE7 COMMUNICATION DIGITALE ET MULTICANALE	28	20	8		3
UE8 MANAGEMENT COMMERCIAL	35	25	10		3
UE9 MARKETING AU POINT DE VENTE ET MARKETING EXPERIENTIEL	35	25	10		3
UE10 SUPPLY CHAIN ET LOGISTIQUE	21	15	6		3
UE11 COMMERCE CONNECTE (E-COMMERCE ET M-COMMERCE)	21	15	6		3
UE12 PILOTAGE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE ET FINANCIERE	28	20	8		3
UE13 MARKETING DIGITAL ET DES SERVICES : PILOTAGE ET APPLICA	21	15	6		3
UE14 MEMOIRE DE FIN D'ETUDES					15
BONUS MASTER 2					

A savoir

Niveau d'entrée : Niveau II (Licence ou maîtrise universitaire)

Niveau de sortie : Niveau I (supérieur à la maîtrise)

Conditions d'accès FC

- Étudiants en formation initiale, titulaire d'un diplôme bac 3/4
- Personnes en reprise d'études, Salariés, demandeurs d'emploi, VAP ou VAE, ...

Calendrier et période de formation FC

Se reporter à la fiche spécifique du master choisi.

Références et certifications

Codes ROME : M - Support à l'entreprise

Contacts Formation Continue

Kaoutar Aissani

03 22 82 71 44

fc-iae@u-picardie.fr

Le 08/12/2025