

Fiche formation Master Marketing Vente

Public visé

La formation s'adresse prioritairement aux étudiants de l'ISTC ayant validé leur 3^{ème} année. Elle est également ouverte aux titulaires d'un Diplôme ou Titre de niveau 6.

Prérequis

Les candidats devront présenter un niveau nécessaire et reconnu en management, communication et marketing. L'ouverture d'esprit et une bonne culture générale sont également appréciées. Un test de positionnement à l'entrée permettra de valider l'accès à la filière alternance.

Modalités et délais d'accès

L'accès aux candidats issus du cycle licence ISTC passe par une démarche de sélection et de positionnement dont les modalités sont les suivantes : Etude de cas de mise en situation professionnelle et entretien de motivation s'appuyant sur une démarche de CV projectif.

L'accès aux candidats hors cycle Licence ISTC a lieu sur concours.

Le nombre de places ouvertes aux candidatures externes et les modalités des épreuves sont communiqués sur le site internet dans la rubrique « Nos programmes » sous-rubrique « Admission ».

Equivalences et passerelles :

Les demandes d'équivalences et de passerelles font l'objet d'une étude personnalisée.

Calendrier de candidature interne : Les examens des candidatures se déroulent de janvier à février. L'admission est confirmée au mois de mars pour un début de formation au mois de septembre de la même année.

Calendrier de candidature externe :

Les dates de concours sont communiquées sur le site internet.

Objectifs professionnels

La formation a pour objectif la transmission des connaissances théoriques et pratiques pour permettre à l'alternant d'acquérir les compétences nécessaires au métier de manager de la communication et du marketing. Ainsi à l'issue de la formation, l'apprenant sera capable de :

- S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques
- Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés
- Communiquer en contexte professionnel

- Contribuer à la transformation en contexte professionnel
- Élaborer une vision stratégique en Marketing-Vente
- Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente
- Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en Marketing-Vente
- Mettre en œuvre des règles, des normes et des démarches qualité en Marketing-Vente
- Développer une culture managériale et organisationnelle
- Accompagner les comportements et postures au travail

Perspectives post-formation

Le titulaire du Titre Master Marketing Vente délivré par l'ISTC est responsable

- De la construction de la stratégie marketing et communication de l'entité qui l'emploie
- De la conception et pilotage du plan d'actions marketing et communication
- De la définition et promotion d'un territoire de marque
- Et du management de son équipe, de ses projets dans un esprit d'innovation participative et agile.

A ce titre, il a capacité à mettre en œuvre tous les savoir-faire sollicités dans cette mission : Communication externe et interne, marketing, relation presse, e-réputation, événementiel, médiaplanning, publicité, lobbying, social media management, e-commerce...

Programme

Master 1 : 300h de tronc commun + 150h de parcours + Examens

Master 2 : 150h de tronc commun + 300h de parcours + Examens

MASTER 1	MASTER 2
Unité d'enseignement 1	Unité d'enseignement 1
Culture informationnelle	Culture informationnelle
Ouverture aux mondes	
Unité d'enseignement 2	Unité d'enseignement 2
Stratégie d'entreprise	Innovation
Stratégie business	Management stratégique
Marque employeur	Structure et organisation
Unité d'enseignement 3	Unité d'enseignement 3
Performance personnelle	Performance personnelle
Personnaliser son parcours	Personnaliser son parcours
Unité d'enseignement 4	Unité d'enseignement 4
Méthodes et organisation	Facilitation
Unité d'enseignement 5	Unité d'enseignement 5
Stratégie d'influence	Enjeux de marque
Stratégie digitale	
Branding	
TOTAL : 300h	TOTAL : 150h
PARCOURS : 150h	PARCOURS : 300h

Moyens et méthodes pédagogiques

Moyens :

Une plateforme pédagogique digitale est proposée aux apprenants.

Des espaces digitaux dédiés permettent des interactions (messagerie, chat, transfert de documents...) avec les formateurs, les membres de l'équipe pédagogique ou encore les responsables de modules.

Situé au cœur de l'écosystème d'Euratechnologie, le campus Wenov accueille la filière alternance de l'ISTC offrant ainsi un lieu unique permettant l'échange permanent entre tous les acteurs de la formation, de l'éducation et de l'emploi dans le numérique ; un incubateur EdTech et HR Tech permettant d'inventer les formations et les outils RH de demain ; une student factory, permettant d'héberger les apprenants ainsi qu'un panel de services disponibles pour tous.

Méthodes pédagogiques :

L'ISTC fait le choix d'une approche pédagogique reposant sur l'analyse de situations réelles et complexes, plutôt que théoriques. L'apprenant est amené à jouer le rôle de consultant formulant ainsi ses recommandations stratégiques et opérationnelles dans le secteur, le métier et/ou les domaines visés par les champs du marketing, de la communication, du digital...

En collectif, il appréhende les postures managériales en jouant tour à tour les différents rôles au sein de ses équipes.

Ces deux approches ont pour objectif de développer chez les apprenants des compétences techniques, stratégiques et managériales attendues d'un manager de la communication et du marketing.

Modalités d'évaluation

Les modalités du contrôle permettent de vérifier l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances, compétences et blocs de compétences constitutifs du diplôme. Ces éléments sont appréciés soit par un contrôle continu et régulier, soit par un examen terminal, soit par ces deux modes de contrôle combinés.

On retrouve ainsi, selon les modules de formation et les objectifs d'acquisition, la typologie suivante : des études de cas en situation d'examen, des mises en situation individuelles ou collectives, des observations, des rapports, des documents écrits, journaux de bord et recommandations écrites et orales individuelles ou collectives, des productions vidéo. Des évaluations sont également réalisées par le tuteur d'alternance.

Le TOEIC est proposé aux apprenants et un score de 785 est recommandé.

En marge de ces évaluations, un mémoire de recherche est réalisé en dernière année.

Les évaluations peuvent se dérouler en présentiel ou en distanciel. Les conditions de réalisation des épreuves comptant pour examens sont présentées dans le règlement du Titre et des études remis dans les premiers jours de formation.

Les candidats en situation de handicap (selon l'article L.114 du code de l'action sociale et des familles) doivent exprimer lors de leur inscription, s'ils souhaitent bénéficier d'aménagements spécifiques de l'examen tels que l'adaptation matérielle des exercices et/ou l'allongement de la durée des épreuves (50 % maximum). L'ISTC s'engage à informer le candidat des aménagements possibles et à les mettre en place après recommandation du médecin de l'université responsable de la démarche MAH.

La prise de rendez-vous avec ce dernier se fait sur le lien suivant : <https://mah.univ-catholille.fr/>

Chaque ensemble d'enseignements a une valeur définie en crédits européens (ECTS). Pour l'obtention du grade de master, une référence commune est fixée correspondant à l'acquisition de 120 ECTS au-delà du grade de licence.

Validation

La formation est sanctionnée par le Titre « Master Marketing Vente » enregistré au RNCP, niveau 7, sous la référence 35907 (Renouvelé par France Compétences le 1^{er} septembre 2021) et enregistré sous le code Diplôme 135 312 76 et délivré par l'ISTC dans le cadre d'un jury rectoral.

Les candidats disposent d'un an maximum après avoir terminé leur formation pour obtenir leur certification. La date retenue étant celle du dernier jour de leur session de formation. Durant l'année, le candidat est autorisé à se présenter gratuitement à 2 examens maximum : une première présentation, une deuxième de rattrapage.

Acquisition complète du Diplôme :

Chaque ensemble d'enseignements à une valeur définie en crédits européens (ECTS). Pour l'obtention du grade de master, une référence commune est fixée correspondant à l'acquisition de 120 ECTS au-delà du grade de licence.

Acquisition partielle :

Chaque bloc peut faire l'objet d'une validation spécifique au bloc suivant le référentiel de certification qui lui est propre. La certification peut ainsi faire l'objet de certification partielle bloc par bloc. Chaque bloc ainsi validé fait l'objet d'une délivrance de parchemin spécifique au bloc.

Acquisition par VAE :

La validation partielle ou totale de la certification peut être délivrée dans le cadre d'une VAE. Le candidat dispose d'une année pour valider les blocs de compétences faisant défaut.

Equivalences et passerelles

La formation proposée ne donne pas lieu à des passerelles ou équivalences identifiées. En revanche, elle délivre des crédits ECTS¹ qui permettent une mobilité de formation telle qu'inscrite dans le cadre des accords de Bologne². Enfin, le Master d'Etat délivré à l'issue de la formation constitue lui aussi un vecteur de mobilité.

¹ European Credit Transfer System

² Arrêté du 30 juillet 2018 relatif au diplôme national de Licence, de licence professionnelle et de master.

Nombre de participants

La formation est organisée par groupe de 30 apprenants maximum.

Durée de la formation

Durée : 2 années - Début 3^{ème} Lundi de septembre de l'a – Master 1 : 485 – Master 2 : 485
M1/M2 : 24 mois de contrat en entreprise - Calendrier disponible sur demande par mail à contact@istc.fr

Le démarrage de la formation en 1^{ère} année de Master est fixé au 3^{ème} lundi de septembre.
Le démarrage de la formation en 2^{ème} année de Master est fixé au 1^{er} lundi de septembre.

La date de début de formation pratique chez l'employeur ne peut être postérieure de plus de trois mois au début de l'exécution du contrat (Article L.622-12 du code du travail).

Tarifs de la formation

Contrat d'apprentissage :

7960 euros par an (Selon le référentiel de niveau de prise en charge publié par France Compétences dans sa version du 17/11/2022).

Selon le décret n°2019-956 du 13 septembre 2019 fixant les niveaux de prise en charge des contrats d'apprentissage, le tarif de la formation est aligné sur le montant de la prise en charge de l'opérateur de compétences concerné. Il peut varier selon la convention collective dont dépend l'employeur de l'apprenti, et selon les besoins particuliers de celui-ci (complément de prise en charge pour les apprentis en situation de handicap). Dans ce cadre, il n'y a donc pas de reste à charge pour l'entreprise du secteur privé.

Article L.6211-1 : « La formation est gratuite pour l'apprenti et pour son représentant légal ». Financement de l'apprenti dans le secteur public : Les employeurs du secteur public répondent à l'article L.6227-6 du code du travail : « Les personnes morales mentionnées à l'article L.6227-1 prennent en charge les coûts de la formation de leurs apprentis dans les centres de formation d'apprentis qui les accueillent(...) », à l'exception du secteur public territorial qui bénéficie du décret n° 2020-786 du 26 juin 2020 relatif aux modalités de mise en œuvre de la contribution du Centre national de la fonction publique territoriale au financement des frais de formation des apprentis employés par les collectivités territoriales et les établissements publics en relevant.

Accessibilité handicap

Les candidats en situation de handicap (selon l'article L.114 du code de l'action sociale et des familles) peuvent bénéficier d'une procédure spécifique dès votre entrée dans la formation. L'anticipation de la déclaration est vivement recommandée dans le but d'assurer la meilleure entrée dans le processus de formation.

Afin de proposer des conditions optimisées de formation, des aides humaines et/ou techniques peuvent être mises en place telles que :

- Accès aux locaux (accès ascenseur, carte de parking, priorité Restaurant universitaire ...)
- Aides humaines (traducteur, preneur de notes...)
- Adaptation des supports (transcription braille, agrandissement, photocopies)
- Aménagement des examens et autres évaluations
- Aménagement du cursus (étalement des études, dispense d'assiduité)

Pour toute demande et démarche d'accompagnement, un réseau de référents est à votre disposition :

Référent handicap ISTC : Bogna ROZPARA - bogna.rozpara@istc.fr - 03.59.31.50.35

MAH Mission Accueil Handicap, <https://mah.univ-catholille.fr/> - 03.20.13.40.31

Service accompagnement handicap du CFA - handicap@cfajeambosco.fr - 03.20.35.90.55

Résultats de la session de formation 2022

Diplôme Master Marketing Vente - Filière Apprentissage

- Nombre de candidats filière apprentissage : 60
- Nombre de diplômés : 56
- Nombre de démission en fin de première année : 4
- Taux d'insertion professionnelle à la sortie : 64.8%
- Taux de poursuite d'études : 5 %

Valeur ajoutée

Une pédagogie innovante

Notre vocation est de former nos apprenants en mobilisant et en développant des compétences centrées sur la stratégie et sur les techniques liées aux environnements de la communication, validées par le Titre RNCP « Master Marketing Vente ». Cette ambition est servie par une pédagogie qui se veut innovante, centrée sur le développement des compétences, mais aussi de la personnalité.

La mise en œuvre de nouvelles approches digitales nous permet de proposer à nos apprenants des méthodologies pluridisciplinaires, des approches pédagogiques en mode projet ou collaboratif, ou encore des enseignements par problématique.

Le volet consacré au développement des soft skills indispensables aux Managers est une composante presque aussi fondamentale dans nos programmes que le développement des compétences professionnelles.

Des équipes de professionnels et d'experts

Pour animer cette pédagogie, l'ISTC collabore avec une équipe de professionnels experts dans leurs disciplines : partages d'expériences et de best practices jalonnent la maîtrise des outils et des techniques propres aux disciplines de chacun.

De l'accompagnement individualisé

Le service employabilité garanti à chaque apprenant un accompagnement individuel tout au long de son parcours ISTC. Assuré par un Coach, ce dernier aura pour mission, entre-autres, de vérifier la cohérence des missions proposées à l'apprenant et des apprentissages en étant l'intermédiaire entre l'école et l'entreprise.

Le service communication de l'école propose un catalogue d'événements auxquels les apprenants sont invités à participer : conférences, ateliers, workshop et Masterclass, contributeurs au renforcement des hard skills et soft skills de nos apprenants.

Des environnements et digitaux facilitateurs

Des espaces digitaux dédiés permettent des interactions (messagerie, chat, transfert de documents...) avec les formateurs, les membres de l'équipe pédagogique ou encore les responsables de modules.

La puissance d'un réseau

En tant qu'UFA (Unité de Formation des Apprentis), l'ISTC bénéficie de l'expérience et du dispositif de suivi des apprentis du CFA Jean Bosco.

Coordonnées

Lieu de formation :

Wenov, campus de l'innovation, Euratechnologie
177 allée Clémentine Deman, 59000 Lille
Tél. 03.59.31.25.72 – ludevine.delbecque@istc.fr

Contact programme

Virginie Duret
Responsable du cycle Master
Directrice Qualité
Tél. 03.59.31.50.84 – virginie.duret@istc.fr

Contact concours

Nastasia Charré
Responsable concours
Tél. 03.61.76.75.11 – nastasia.charre@istc.fr

Contact relations entreprises

Pascal Gros
Chef de projet employabilité
Tél. 03.61.76.75.10 – pascal.gros@istc.fr