

Vous êtes ici : [Accueil](#) > [Formations](#) > [Offre de formation](#) > [Secteur](#) > [Conseil aux entreprises](#)

Master 2 Recherche et conseil en marketing (R)

- [Présentation](#)
- [Accès](#)
- [Programme](#)
- [Et après ?](#)

Nature :

Diplôme national

Domaine :

Droit - Economie - Gestion

Mention(s) :

Marketing

Spécialité(s) :

Recherche et conseil en marketing

Niveau(x) de recrutement :

Bac + 4

Durée des études :

1 an

Lieu(x) :

Domaine Universitaire - St. Martin d'Hères-Gières

Organisation :

[Institut d'Administration des Entreprises](#)

Accessible en :

Formation initiale

Objectifs

Le programme propose une formation aux techniques et méthodes de recherche ainsi qu'un approfondissement théorique en marketing. Il inclut une sensibilisation à la recherche par la rédaction d'un mémoire et une initiation à l'enseignement au travers de nombreuses expériences de présentation de soutenances.

Échanges internationaux

Domaines Erasmus :

GESTION D'ENTREPRISES, Marketing et gestion des ventes

Langue(s) d'enseignement :

Français

Conditions d'admission

Sélection sur dossier + test TAGE-MAGE + entretien.

Les Critères pris en compte pour l'admission :

- Qualité du dossier
- Parcours académique
- Cohérence du projet professionnel
- Score au test TAGE-MAGE (ou GMAT)
- Entretien

Formation(s) requise(s)

Candidat motivé par la recherche et titulaire d'un Master 1ère année ou équivalent. Une formation de base en gestion et marketing est privilégiée (Master 1ère année, école de commerce, etc.) mais cette formation est également ouverte aux étudiants issus des écoles d'ingénieurs, d'agronomie, de pharmacie, d'IEP, etc. désireux d'acquérir une double compétence.

Les candidat(e)s ne justifiant pas de l'un de ces diplômes ou titres doivent demander une validation à l'IAE :

- pour les titulaires d'un autre diplôme français (y compris les D.U.) ou étranger de niveau bac +4, ils doivent joindre à leur dossier la demande de validation des études (incluse dans le dossier de candidature).
- pour les diplômés de niveau inférieur, justifiant d'une expérience professionnelle significative dans le domaine considéré, ils devront fournir la demande de validation d'acquis professionnels et personnels dès qu'ils auront pris connaissance des résultats de l'admissibilité.

Modalités pratiques

1) Préinscription en ligne sur le site de l'IAE (à partir de début février).

2) Téléchargement du dossier d'inscription et envoi de ce dossier papier à l'IAE accompagné des pièces demandées, au plus tard mi mai (pour plus de précisions sur les dates, consultez le calendrier)

3) Test TAGE-MAGE

Il est conseillé de s'inscrire à une séance du test TAGE-MAGE de façon à avoir les résultats avant la clôture des candidatures.

Les résultats 2010 et 2011 sont acceptés sous réserve d'en fournir le justificatif dans les délais.

Le test TAGE-MAGE est le test de référence mais, sont acceptés par défaut et s'ils ont moins de 2 ans, le score du GMAT et le score IAE-Message (SIM) www.MBA.com et www.iae-message.fr . Il convient d'en fournir le justificatif dans les délais.

4) Résultats d'admissibilité : fin mai

Admission : Entretien 3ème semaine de juin

Résultat d'admission : fin juin (pour plus de précisions, voir le calendrier)

5) Suivi de votre dossier de candidature en ligne

Le numéro de candidature et le code personnel permettent d'obtenir des informations individuelles : Accusé-réception du dossier, pièces manquantes, convocation éventuelle à l'entretien, résultats

Nombre de places : 10

Programme

Semestre 3

Modules théoriques

- Communication (18h)
- Comportement du consommateur (18h)
- Gestion de la marque (18h)

Modules d'initiation aux méthodes de recherche

Choix de 3 séminaires parmi les cinq modules suivants dispensés dans les spécialités ingénierie du marketing et marketing quantitatif.

- Etudes de marché (24h)
- Segmentation, positionnement et data mining (24h),
- Collecte de données qualitatives (24h),
- Analyse de données de tests marketing (24h),
- Analyse de données de panels et d'enquêtes (24h)

Semestre 4

Modules théoriques

- Distribution (18h)
- Produits nouveaux (18h)

Initiation à la recherche

- Rédaction d'un mémoire de recherche
- Soutenance du mémoire devant un jury

Initiation à l'enseignement

- Nombreux exposés dans les modules théoriques
- Séance de préparation au grand oral et oral blanc
- Grand oral devant un jury

Année post-bac de sortie :

Bac + 5

Niveau de sortie :

Niveau I

Poursuites d'études

Ce Master permet d'accéder à un doctorat dans le domaine du marketing, et plus particulièrement à [l'école Doctorale en sciences de gestion](#) (EDSG n° 275) de l'Université de Grenoble. Cette école fournit une formation complémentaire à la recherche pendant trois années parallèle à la rédaction d'une thèse. La soutenance de la thèse conduit au grade de docteur en sciences de gestion.

Insertion professionnelle

La formation donne accès :

- au métier d'enseignant-chercheur dans les établissements d'enseignement supérieur (universités, écoles) français ou étrangers ou les écoles consulaires
- au métier des études et du conseil en marketing

Cette formation facilite également l'accès aux concours de l'enseignement secondaire (CAPET, agrégation)

Vous pouvez également consulter [l'enquête menée auprès des diplômés 2008 d'un master en marketing de l'IAE de Grenoble sur leur situation professionnelle au 1er décembre 2010](#)

Contacts

Responsable(s) :

- *de la mention*

Marie-Laure GAVARD PERRET

- *de la spécialité*

Jean-Luc GIANELLONI

Renseignements :

Scolarité

Nathalie GRANGER-PACAUD

Tél : 04 76 82 83 35

Fax : 04 76 82 59 99

Mel : marketing-m2recherche@iae-grenoble.fr

Avertissement : document non contractuel pouvant être soumis à modifications

A consulter

www.iae.upmf-grenoble.fr

Université Pierre-Mendès-France / BP 47 / 38040 Grenoble Cedex 9

Contact : admcom@upmf-grenoble.fr

- [Mentions légales](#)
- [Crédits](#)
- [Accessibilité](#)