

Vous êtes ici : [Accueil](#) > [Formations](#) > [Offre de formation](#) > [Secteur](#) > [Etudes - Projet](#)

Master 2 Ingénierie marketing (P)

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

Nature :

Diplôme national

Domaine :

Droit - Economie - Gestion

Mention(s) :

Marketing

Spécialité(s) :

Ingénierie du 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

Cette formation prépare aux carrières de cadres supérieurs dans tous les domaines du marketing et tous les secteurs d'activité, plus particulièrement dans les fonctions de chef de groupe, responsables de communication, chargés d'études...

Plus précisément, la formation fournit aux étudiants l'ensemble des concepts de base nécessaires en Marketing, mais aussi des approfondissements dans des domaines plus spécifiques concernant les dernières évolutions du marketing.

Stage

Stage obligatoire
3 mois minimum

Échanges internationaux

Domaines Erasmus :
GESTION D'ENTREPRISES

Langue(s) d'enseignement :
Français

Conditions d'admission

Sélection sur dossier + tests d'aptitude (TAGE-MAGE ou GMAT) + entretien

Les Critères pris en compte pour l'admission :

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

Formation(s) requise(s)

Pour pouvoir postuler, le candidat doit être titulaire d'un master 1ère année ou équivalent. Une formation de base en marketing/gestion est privilégiée (master marketing, école de commerce). Cependant, la spécialité est également ouverte à des étudiants issus d'écoles d'ingénieurs, d'agronomie, de pharmacie, d'IEP, etc.

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 : 3ème semaine de mai

Admission : Entretien mi juin

Résultat d'admission : 3ème semaine de 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 place : 30

Programme

Semestre 1 - Tronc commun du Master

- Marketing management - comportement du consommateur - psychologie sociale - psychologie cognitive
- Pratique statistique - conduite d'une étude - distribution - produit - prix - communication commerciale
- Marketing direct - stratégie d'entreprise - analyse des coûts et du contrôle - marketing des services
- Marketing international - droit de la concurrence et de la distribution - sport - langues - bureautique

Semestre 2 - Tronc commun du Master

- Sociologie des sociétés européennes - gestion des données - introduction au métier de vendeur
- Introduction au métier de chargé d'études - introduction au métier de chef de produit
- Promotion des ventes - stage en entreprise - sport - langues

Semestre 3 - Spécialisation

- Concepts et stratégie marketing
- Prix et plan budget
- Gestion de produits et conférences
- Audit marketing et merchandising
- Etudes de marchés, segmentation, positionnement et data mining

Semestre 4 - Spécialisation

- Entretiens de vente et négociations d'affaires
- Publicité, promotion et fabrication publicitaire
- Gestion de la marque
- Stage professionnel

Année post-bac de sortie :

Bac + 5

Niveau de sortie :

Niveau I

Insertion professionnelle

La diversité des profils conduit les étudiants à occuper des postes liés à l'activité marketing au sein d'entreprises de tailles et de secteurs différents. Les connaissances acquises peuvent également permettre de mener à terme son propre projet. Pour exemple, les diplômés occupent des postes allant d'assistant chef de produits à chargé de clientèle.

Au 31/12/07, et pour la ***promotion 2005-2006*** :

- 90% des étudiants ont un emploi,
- 90 % des étudiants ont un emploi en CDI, 10% en CDD,
- dans les entreprises suivantes : Levi's, feu vert, Schneider Electric, Banque cantonale de Genève, Cegedim , Hewlett Packard Arcome, tigerte1utr, Headcraft, Valeur d'image, SNCF, Journal de l'automobile, Koodza.fr, Maatel.
- Salaires : minimum 2300- maximum 3306 euros mensuels bruts, moyenne 2232 euros bruts.

Au 31/12/07, et pour la ***promotion 2006-2007***, 3 mois après la fin de la scolarité de la dernière promotion :

- 83% des étudiants ont un emploi,
- 77% des étudiants ont un emploi en CDD et 23% en CDI,
- dans les entreprises suivantes : Renault, Banque populaire, Calor SA, Schneider electric, fortuna travel, Natixis, Société d'aménagement de La Plagne, Optimed, Havas Media, Valeo, Saupiquet, Laboratoire Roche, Société générale, Spedisser.
- Salaires : minimum 1800- maximum 3200 euros mensuels bruts, moyenne 2441 euros bruts.

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

Pierre VALETTE-FLORENCE

Renseignements :

Scolarité

Elisabeth MASSOT

Tél : 04 76 82 54 75

Fax : 04 76 82 59 99

E.mail : marketing-m2im@iae-grenoble.fr

Avertissement : document non contractuel pouvant être soumis à modifications

a consulter

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

Contact : admcom@upmf-grenoble.fr

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