

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 MI 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 (Pour annexe) | Volume horaire | CM | TD | TP | ECTS |
|--|----------------|----|----|----|------|
| Compétence 1 Mettre en oeuvre les nouvelles méthodes, nouvel | | | | | 6 |
| Commerce connecté et phygital | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| Futures of ai and digital based marketing | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| SAE Mining user-generated contents | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| Compétence 2 Mener une démarche scientifique en marketing | | | | | 17 |

| | | | | | |
|--|----|----|----|--|----|
| Méthodes de recherche et d'analyse avancées qualitatives et | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| SAE Mémoire de fin d'études | 16 | 16 | | | 14 |
| Compétence 3 Adopter une posture et une pratique professionn | | | | | 15 |
| Cross cultural business | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| Certification TOEIC | 7 | | 7 | | 2 |
| Développement personnel et professionnel | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| SAE Mission de conseil en marketing | 29 | 21 | 8 | | 8 |
| Compétence 4 Agir en tant que responsable marketing dans une | | | | | 7 |
| Fonction chef de produit marketing | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| Pilotage de la performance commerciale et financière | 28 | 20 | 8 | | 2 |
| SAE Gestion des marques | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| Compétence 5 Gérer la distribution et la communication dans | | | | | 9 |
| Communication digitale et community management | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| Marketing du point de vente experientiel | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| Supply chain et logistique | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| SAE Audit d'un point de vente | 6 | | 6 | | 1 |
| SAE Serious game de communication digitale et multicanale | 6 | | 6 | | 1 |
| Compétence 6 Inscrire ses pratiques marketing dans la transf | | | | | 6 |
| Atelier inclusion-communautés | 6 | | 6 | | 1 |
| Ethique et gestion de la relation client | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| SAE Nudge visant à faire adopter des comportements eco-respo | 10 | | 10 | | 2 |
| BONUS MASTER 2 | | | | | |
| Compétence 1 Mettre en oeuvre les nouvelles méthodes, nouvel | | | | | 6 |
| Commerce connecté et phygital | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| Futures of ai and digital based marketing | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| SAE Mining user-generated contents | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| Compétence 2 Mener une démarche scientifique en | | | | | 17 |

| | | | | | |
|--|----|----|----|--|----|
| marketing | | | | | |
| Méthodes de recherche et d'analyse avancées qualitatives et | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| SAE Mémoire de fin d'études | 16 | 16 | | | 14 |
| Compétence 3 Adopter une posture et une pratique professionn | | | | | 15 |
| Cross cultural business | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| Certification TOEIC | 7 | | 7 | | 2 |
| Développement personnel et professionnel | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| SAE Mission de conseil en marketing | 29 | 21 | 8 | | 8 |
| Compétence 4 Agir en tant que responsable marketing dans une | | | | | 7 |
| Fonction chef de produit marketing | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| Pilotage de la performance commerciale et financière | 28 | 20 | 8 | | 2 |
| SAE Gestion des marques | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| Compétence 5 Gérer la distribution et la communication dans | | | | | 9 |
| Communication digitale et community management | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| Marketing du point de vente experientiel | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| Supply chain et logistique | 21 | 15 | 6 | | 2 |
| SAE Audit d'un point de vente | 6 | | 6 | | 1 |
| SAE Serious game de communication digitale et multicanale | 6 | | 6 | | 1 |
| Compétence 6 Inscrire ses pratiques marketing dans la transf | | | | | 6 |
| Atelier inclusion-communautés | 6 | | 6 | | 1 |
| Ethique et gestion de la relation client | 28 | 20 | 8 | | 3 |
| SAE Nudge visant à faire adopter des comportements eco-respo | 10 | | 10 | | 2 |
| BONUS MASTER 2 | | | | | |

| VET MIROIR M2 MV – DMOD | 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 |
| BILAN COMPETENCES MASTER 2 MARKETING VENTE | | | | | |
| Compétence 1 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE | | | | | 6 |
| Compétence 2 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE | | | | | 17 |
| Compétence 3 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE | | | | | 15 |
| Compétence 4 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE | | | | | 7 |
| Compétence 5 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE | | | | | 9 |
| Compétence 6 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE | | | | | 6 |

| VET MIROIR M2 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 |
| BILAN COMPETENCES MASTER 2 MARKETING VENTE | | | | | |
| Compétence 1 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE | | | | | 6 |
| Compétence 2 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE | | | | | 17 |
| Compétence 3 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE | | | | | 15 |
| Compétence 4 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE | | | | | 7 |
| Compétence 5 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE | | | | | 9 |
| Compétence 6 - Niveau 2 - Master 2 MARKETING VENTE | | | | | 6 |

A savoir

Niveau II (Licence ou maîtrise universitaire)

Niveau d'entrée :

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 14/05/2026