



Master Marketing et Data Analytics (MDA)



Durée
1 ou 2 ans



Présentation

Le Master Marketing et Data Analytics est une formation qui se situe au croisement entre le marketing et l'analyse de données.

Il forme des managers capables de traiter les données et d'en tirer des propositions d'actions concrètes.

Objectifs

Le Master Marketing et Data Analytics prépare les étudiants à leur insertion dans le monde professionnel en leur permettant :

- * De développer des bonnes compétences en marketing et conduite des organisations
- * D'acquérir des compétences approfondies sur la compréhension poussée du marché, de la concurrence et leur traduction en des stratégies marketing
- * D'acquérir une triple compétence en Data Analytics : marketing, statistique (modélisation) et programmation informatique (Python)

Dimension internationale

À Montpellier Management, vous avez l'opportunité d'étudier à l'étranger dans **l'une des 45 universités partenaires** réparties dans **20 pays**.

[Découvrez toutes les universités partenaires à l'international](#)

[Découvrez tous les témoignages de nos étudiants partis à l'étranger](#)

Organisation

Contrôle des connaissances

*Taux de réussite en M2 2023-2024 (admis / nombre d'étudiants avec une moyenne > 7)

Ouvert en alternance

Possibilité d'effectuer le Master 2 en alternance.

Stages, projets tutorés

Consultez toutes les informations utiles sur le stage en M1 sur [cette page](#).

Consultez toutes les informations utiles sur le stage en M2 sur [cette page](#).



Admission

Conditions d'accès

Consultez les conditions d'accès au Master Marketing et Data Analytics sur le [lien suivant](#).

Modalités d'inscription

Consultez les modalités d'inscription sur [cette page](#).

Et après

Insertion professionnelle

- * Marketing Analyst
- * Responsable CRM Analytique
- * Digital Analyst
- * Marketing Data Expert
- * Data Analyst
- * Chargé d'études marketing
- * Consultant marketing analytics

Infos pratiques

Contacts

Responsable pédagogique

Hugues Fournel

✉ hugues.fournel@umontpellier.fr

Responsable pédagogique

Laurent BUSCAT

✉ laurent.buscat@umontpellier.fr

Contact administratif

M1 Marketing Vente

✉ moma-m1marketing@umontpellier.fr

Contact administratif

M2 MDA

✉ moma-m2mda@umontpellier.fr

Lieu(x)

📍 Montpellier - Montpellier Management

En savoir plus

Plus d'informations sur le Master 1 Marketing et Data Analytics

✉ <https://www.montpellier-management.fr/liste-des-formationen/m1-marketing-data-analytics/>

Plus d'informations sur le Master 2 Marketing et Data Analytics

✉ <https://www.montpellier-management.fr/liste-des-formationen/m2-marketing-data-analytics/>



Programme

Organisation

MASTER 1

SEMESTRE 1 (30 ECTS)

UE1 – Élaborer/Formaliser une stratégie marketing (12 ECTS)

- * Management stratégique (3 ECTS)
- * Marketing stratégique (5 ECTS)
- * Culture numérique (4 ECTS)

UE2 – Développer des insights marchés (13 ECTS)

- * Comportement du consommateur (5 ECTS)
- * Méthodes Qualitatives (4 ECTS)
- * Méthodes Quantitatives (4 ECTS)

UE3 – Maîtriser son environnement marketing et commercial (5 ECTS)

- * Droit du marketing (3 ECTS)
- * Anglais des affaires (2 ECTS)

UE Facultative

- * Engagement étudiant

SEMESTRE 2 (30 ECTS)

UE4 – Développer la relation client multicanale (5 ECTS)

- * Stratégie client (3 ECTS)
- * Management des équipes marketing et commerciales (1 ECTS)
- * Vente et négociation (1 ECTS)

UE5 – Opérationnaliser sa stratégie marketing (6 ECTS)

- * Brand management (cours en anglais) (3 ECTS)
- * Techniques de segmentation et de positionnement (1 ECTS)
- * Outils du marketing digital (2 ECTS)

UE6 – Soutenir les décisions en marketing grâce aux compétences statistiques et de programmation (9 ECTS)

- * Introduction aux marketing analytics (3 ECTS)
- * Customer analytics (3 ECTS)
- * Introduction à la programmation sous R et Python (3 ECTS)

UE7 – S'intégrer dans la vie professionnelle (niveau 1) (10 ECTS)

- * Séminaire transversal 2 – conférences professionnelles (1 ECTS)
- * Projet professionnel 1 : Challenge ou Serious Game (1 ECTS)
- * Anglais des affaires (2 ECTS)
- * Mémoire (de stage/de recherche) (6 ECTS)

UE Facultatives

- * Sport
- * Engagement étudiant

MASTER 2

SEMESTRE 1 (30 ECTS)

UE1 – Maîtriser les enjeux pratiques, théoriques et éthiques marketing (8 ECTS)

- * Nouvelles perspectives de recherche en Marketing (4 ECTS)
- * Séminaire transversal 3 – Ethique et responsabilité professionnelle (2 ECTS)
- * Méthodologie d'étude et de recherche approfondies (2 ECTS)

UE2 – Préparer les données pour renseigner la prise de décision (12 ECTS)

- * Introduction au Big Data et au traitement par IA (2 ECTS)
- * Pratique des logiciels d'analyse de données (4 ECTS)
- * Programmation avancée SQL et Python (6 ECTS)

UE3 – Adapter son action à un contexte professionnel (10 ECTS)

- * Data visualisation et storytelling avec les données (3,5 ECTS)
- * Data challenge (2 ECTS)
- * Management et conduite de projet (2 ECTS)
- * Créativité et développement de nouveaux produits (2,5 ECTS)


UE Facultative

- * Engagement étudiant

SEMESTRE 2 (30 ECTS)
UE4 – Décrypter l'écosystème numérique dans le cadre d'une stratégie marketing (8 ECTS)

- * Marketing digital avancé (4 ECTS)
- * Analyse des données textuelles (text mining) (2 ECTS)
- * Digital analytics avancées (2 ECTS)

UE5 – Développer la relation client grâce à la data science et les marketing analytics (10 ECTS)

- * Modélisation Marketing (2 ECTS)
- * Multidimensional statistics (4 ECTS)
- * Customer analytics avancées (4 ECTS)

UE6 – Formaliser et adapter les data analytics (12 ECTS)

- * Mémoire Master 2 (8 ECTS)
- * Projet professionnel/Recherche (4 ECTS)

UE Facultatives

- * Sport
- * Engagement étudiant

Maîtriser son environnement marketing et commercial	5 crédits	
Pilotage de la performance	3 crédits	21h
Anglais des affaires	2 crédits	15h
Droit du marketing	3 crédits	21h
Développer des insights marchés	13 crédits	
Séminaire transversal 1 - conférences professionnelles	1 crédits	6h
Méthodes Quantitatives		15h
Méthodes Qualitatives	4 crédits	15h
Comportement du consommateur	5 crédits	21h
Méthodes Quantitatives	4 crédits	21h
Méthodes Qualitatives		9h
Elaborer/Formaliser une stratégie marketing	12 crédits	
Marketing Stratégique	5 crédits	21h
Culture numérique	4 crédits	21h
Management stratégique	3 crédits	18h
Espagnol S1		15h
Allemand S1		15h
Sport facultatif		

Master 1
M1 MDA SEMESTRE 2
M1 MDA SEMESTRE 1



Soutenir les décisions en marketing par compétences stats	9 crédits	
Customer analytics	3 crédits	21h
Introduction aux marketing analytics	3 crédits	21h
Introduction à la programmation sous R et Python	3 crédits	21h
Développer la relation client multicanal	5 crédits	
Management des équipes marketing et commerciales	1 crédits	12h
Distribution et merchandising	2 crédits	18h
Stratégie client	3 crédits	21h
S'intégrer dans la vie professionnelle (niveau 1)	10 crédits	
Séminaire transversal 2 - conférences professionnelles	1 crédits	12h
Anglais des affaires	2 crédits	15h
MÉMOIRE STAGE MASTER 1	6 crédits	3h
Projet professionnel 1: Challenge ou Serious Game	1 crédits	12h
Opérationnaliser sa stratégie marketing	6 crédits	
Brand management	2 crédits	18h
Outils du marketing digital et analytics	2 crédits	12h
Techniques de Segmentation et de positionnement	1 crédits	12h
Allemand S2		15h
Sport facultatif		
Espagnol S2		15h

Master 2