



Master Marketing, Innovation et Territoires (MIT)

 ECTS
120 crédits

Durée
1 ou 2 ans

 Structure de
formation
Montpellier
Management

 Langue(s)
d'enseignement
Français

Présentation

Le Master Marketing, Innovation et Territoires est une formation spécialisée autour des secteurs du marketing territorial, du tourisme et de l'innovation.

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](#)

Objectifs

Les titulaires du Master Marketing, Innovation et Territoires pourront :

- * Disposer d'un socle de connaissances solides en management (finance, GRH, système d'informations, contrôle de gestion, etc.)
- * Détenir des compétences approfondies en marketing stratégique et opérationnel, en communication, en gestion de la relation client et en études de marchés
- * Maîtriser les trois piliers du développement des territoires dans un environnement international : marketing territorial, du tourisme et de l'innovation
- * Accompagner des acteurs privés et publics pour mieux toucher leurs cibles multiples (touristes, résidents, clients, investisseurs, entreprises, organismes de recherche, etc.) avec les nouveaux outils développés en marketing

 [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](#).

Dimension internationale



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

Admission

Conditions d'accès

Consultez les conditions d'accès pour le Master Marketing, Innovation et Territoires sur le [lien suivant](#).

Modalités d'inscription

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

Et après

Insertion professionnelle

- * Directeur marketing territorial
- * Directeur d'office de tourisme
- * Consultant marketing
- * Directeur Marketing et commercial dans une PME innovante
- * Responsable communication
- * Responsable des études de marché
- * Chargé de mission en développement territorial
- * Concepteur de produits touristiques

Infos pratiques

Contacts

Responsable pédagogique

Gilles N'Goala

✉ gilles.n-goala@umontpellier.fr

Contact administratif

M1 Marketing Vente

✉ moma-m1marketing@umontpellier.fr

Contact administratif

M2 MIT

✉ moma-m2mit@umontpellier.fr

Lieu(x)

📍 Montpellier - Montpellier Management

En savoir plus

Plus d'informations sur le Master 1 Marketing Innovation et Territoires

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

Plus d'informations sur le Master 2 Marketing Innovation et Territoires

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



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 Facultatives

- * Sport
- * 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 – Mettre en œuvre une stratégie de développement du territoire (9 ECTS)

- * Marketing territorial (3 ECTS)
- * Management des destinations touristiques (3 ECTS)
- * Marketing de l'innovation (3 ECTS)

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

- * Séminaire transversal 2 – conférences professionnelles (1 ECTS)
- * Projet professionnel 1 (2 ECTS)
- * Anglais des affaires (2 ECTS)
- * Mémoire (de stage/de recherche) (5 ECTS)

UE Facultatives

- * Sport
- * Engagement étudiant

MASTER 2

SEMESTRE 1 (30 ECTS)

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

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

UE2 – Élaborer des innovations technologiques et sociétales (22 ECTS)

- * Stratégie d'innovation (5 ECTS)
- * Techniques de créativité et d'innovation (5 ECTS)
- * Développement durable et innovation (5 ECTS)
- * Management de projet de smart city (7 ECTS)

UE Facultatives

- * Sport
- * Engagement étudiant

SEMESTRE 2 (30 ECTS)

UE3 – Mettre en œuvre une stratégie numérique dans le tourisme (9 ECTS)

- * Stratégie digitale et e-tourisme (3 ECTS)



* Outils et pratiques numériques (3 ECTS)

* Art, culture et numérique (3 ECTS)

UE4 – Valoriser le territoire et ses produits au niveau international (9 ECTS)

* Commercialisation de produits “made in” et de terroir (3 ECTS)

* International marketing and trade (cours en anglais) (3 ECTS)

* Communication territoriale (3 ECTS)

UE5 – S’intégrer dans la vie professionnelle (niveau 2) (12 ECTS)

* Projet Professionnel 2 (4 ECTS)

* Mémoire stage Master 2 (8 ECTS)

UE Facultatives

* Sport

* Engagement étudiant

Master 1

M1 MIT SEMESTRE 1

Elaborer/Formaliser une stratégie marketing	11 crédits	
Marketing Stratégique	5 crédits	21h
Culture numérique	4 crédits	21h
Management stratégique	3 crédits	18h
Développer des insights marchés	13 crédits	
Séminaire transversal 1 - conférences professionnelles	1 crédits	6h
Méthodes Qualitatives		
Méthodes Qualitatives	4 crédits	15h
Méthodes Quantitatives		
Comportement du consommateur	5 crédits	21h
Méthodes Quantitatives	4 crédits	21h
Maîtriser son environnement marketing et commercial	5 crédits	
Pilotage de la performance	3 crédits	21h
Anglais des affaires	2 crédits	
Droit du marketing	3 crédits	21h

Espagnol S1 15h

Allemand S1 15h

Sport facultatif

M1 MIT SEMESTRE 2

Mettre en œuvre une stratégie de développement du territoire	9 crédits	
Marketing de l'innovation	3 crédits	
Management des destinations touristiques	3 crédits	
Marketing territorial	3 crédits	
Développer la Relations Client multicanale	5 crédits	
Management des équipes marketing et commerciales	1 crédits	12h
Stratégie client	3 crédits	21h
Vente & négociation	2 crédits	
Opérationnaliser sa stratégie marketing	6 crédits	
Brand management	2 crédits	18h
Techniques de Segmentation et de positionnement	1 crédits	
Outils du marketing digital	2 crédits	
S’intégrer dans la vie professionnelle (niveau 1)	10 crédits	
MÉMOIRE STAGE MASTER 1	5 crédits	3h
Séminaire transversal 2 - conférences professionnelles	1 crédits	12h
Projet professionnel 1	1 crédits	
Anglais des affaires	2 crédits	
Allemand S2		15h
Sport facultatif		
Espagnol S2		15h

Master 2