



Master Marketing et Communication des Organisations (MCO)



ECTS
120 crédits

Durée
1 ou 2 ans



Structure de
formation
Montpellier
Management



Langue(s)
d'enseignement
Français

Présentation

Le Master Marketing et Communication des Organisations est une formation spécialisée autour du domaine du marketing et de la communication des organisations.

Objectifs

En suivant le Master Marketing et Communication des Organisations, les étudiants se préparent à devenir des experts du marketing et de la communication. Ils disposeront :

- * D'un socle de connaissances solides en management avec des enseignements autour de la finance, de la GRH, des systèmes d'informations, du contrôle de gestion, etc
- * De compétences approfondies en marketing stratégique et opérationnel, en vente et négociation et en gestion de la relation client
- * Des compétences approfondies en communication : communication institutionnelle et visuelle, stratégie de communication globale...

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 de suivre le Master 2 en alternance (apprentissage ou contrat de professionnalisation).

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 Communication des Organisations sur le [lien suivant](#).

Modalités d'inscription

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

Et après

Insertion professionnelle

- * Chargé de communication internet et/ou externe
- * Chef de publicité junior (en agence)
- * Chargé d'études
- * Média planner
- * Community Manager
- * Responsable Communication
- * Chargé des relations publiques
- * Responsable événementiel
- * Chef de projet en agence de communication, en agence média ou en régie

Infos pratiques

Contacts

Responsable pédagogique

FOLCHER Pauline

✉ pauline.folcher@umontpellier.fr

Responsable pédagogique

Marie-Christine LICHTLÉ

✉ marie-christine.lichtle@umontpellier.fr

Contact administratif

M1 Marketing Vente

✉ moma-m1marketing@umontpellier.fr

Contact administratif

M2 MCO

✉ moma-m2mco@umontpellier.fr

Lieu(x)

📍 Montpellier - Montpellier Management

En savoir plus

Plus d'informations sur le Master 1 Marketing et Communication des Organisations

✉ <https://www.montpellier-management.fr/liste-des-formations/m1-marketing-communication-organisations/>

Plus d'informations sur le Master 2 Marketing et Communication des Organisations

✉ <https://www.montpellier-management.fr/liste-des-formations/m2-marketing-communication-organisations/>



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

- * 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)
- * Distribution et merchandising (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 – Établir sa stratégie de communication (8 ECTS)

- * Communication visuelle (3 ECTS)

- * Stratégie de communication globale (4 ECTS)

- * Communication : acteurs et marché (1 ECTS)

UE7 – S'intégrer dans la vie professionnelle (11 ECTS)

- * Séminaire transversal 2 – conférences professionnelles (1 ECTS)

- * Projet professionnelle1 : Challenge (2 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 (9 ECTS)

- * Méthodologies d'étude et de recherche approfondies (3 ECTS)

- * Nouvelles perspectives de recherche en Marketing (4 ECTS)

- * Séminaire transversal 3 – Éthique et responsabilité professionnelle (2 ECTS)

UE2 – Formuler et opérationnaliser sa stratégie de communication (11 ECTS)

- * Communication interne et marque employeur (2 ECTS)

- * Communication événementielle (2 ECTS)

- * Communication publicitaire (3 ECTS)

- * Communication promotionnelle et marketing direct (4 ECTS)

UE3 – Maîtriser les outils de la communication (10 ECTS)

- * Communication visuelle et vidéo (4 ECTS)

- * Brand content et techniques de rédaction (2 ECTS)

- * Création de site internet (4 ECTS)

UE Facultatives

- * Engagement étudiant

SEMESTRE 2 (30 ECTS)


UE4 – Développer ses relations presse et gérer sa réputation (8 ECTS)

- * Relations presse (2 ECTS)
- * Éloquence et Médiatraining (2 ECTS)
- * Relations publiques et marketing d'influence (2 ECTS)
- * E-réputation et Community Management (2 ECTS)

UE5 – Envisager le futur de la communication (10 ECTS)

- * Communication sociétale et responsable (2 ECTS)
- * Nouvelles tendances en communication (3 ECTS)
- * Current issues in the media industry (3 ECTS)
- * Droit des médias et de la communication (2 ECTS)

UE6 – S'intégrer dans la vie professionnelle (12 ECTS)

- * Projet professionnel (5 ECTS)
- * Mémoire stage (7 ECTS)

UE Facultatives

- * Sport
- * Engagement étudiant

Master 1

M1 MCO 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 Quantitatives		
Méthodes Qualitatives	4 crédits	15h
Comportement du consommateur	5 crédits	21h
Méthodes Qualitatives		
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 MCO SEMESTRE 2

Opérationnaliser sa stratégie marketing	6 crédits	
Brand management	2 crédits	18h
Outils du marketing digital	3 crédits	
Techniques de Segmentation et de positionnement	1 crédits	
Développer la relation client multicanale	5 crédits	
Management des équipes marketing et commerciales	1 crédits	12h
Stratégie client	3 crédits	21h
Distribution et merchandising	1 crédits	18h
Etablir sa strategie de communication	8 crédits	
Communication Intitutionnelle et Visuelle	3 crédits	
Stratégie de communiacion gloable	3 crédits	
S'intégrer dans la vie professionnelle	11 crédits	
Séminaire transversal 2 - conférences professionnelles	1 crédits	12h
Anglais des affaires	2 crédits	
Communication : acteurs et marché	1 crédits	
M1 MCO Mémoire de stage	6 crédits	
Projet Professionnel : Challenge	2 crédits	

Allemand S2 15h

Sport facultatif

Espagnol S2 15h

Master 2