Business development et marketing interculturel

Mention : Humanités et management [Master]

Infos pratiques

> **Composante** : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
> **Durée** : 2 ans
> **ECTS** : 120
> **Ouvert en alternance** : Oui
> **Formation accessible en** : Formation initiale, Formation en apprentissage, Formation continue
> **Formation à distance** : Non
> **Lieu d'enseignement** : Nanterre
> **Campus** : Campus de Nanterre
> **Durée moyenne de la formation** :
M1 Business development et marketing interculturel : 390 h
M2 Business development et marketing interculturel : 402 h

Présentation

Présentation

La pertinence du parcours « **Business development et Marketing interculturel** » s'appuie sur le fait que l'innovation repose sur des processus de plus en plus collectifs depuis l'exploration des besoins et la formulation **des stratégies d'innovation** jusqu'au développement et l'industrialisation des produits. En effet, la création de valeur et le développement d'un marché doivent aujourd'hui tenir compte : de la diversité de la clientèle dans des sociétés marquées par l'importance du facteur culturel, du processus de mondialisation impliquant à la fois homogénéisation et fragmentation des sociétés, des opportunités présentées par le processus de **globalisation des marchés**, de la nécessité de connaître les cadres institutionnel et juridique dans lesquels est amenée à se développer l'entreprise du futur.

Dans ce parcours les étudiants acquièrent les connaissances et les compétences qui leur permettront de mener de façon opérationnelle **des projets innovants dans des environnements complexes**. Ils sont en mesure de concevoir des solutions en utilisant des techniques et outils empruntés au management de l'innovation, au marketing expérientiel, ou encore au management de projet en contexte interculturel.

Objectifs

Dans ce parcours les étudiants acquièrent les connaissances et les compétences qui leur permettront de mener de façon opérationnelle des projets innovants dans des environnements complexes.

Ils sont en mesure de **concevoir des solutions** en utilisant des techniques et outils empruntés au **design thinking**, au management de l'innovation, au marketing expérientiel, ou encore au management de projet en contexte interculturel.

Savoir-faire et compétences

• **Identifier les opportunités**, les menaces, les contraintes et les arbitrages lors de la mise en place de la stratégie et des outils de management

• Etudier et évaluer la faisabilité et pilotage d'un projet, prendre en charge l'élaboration et la coordination des propositions techniques et des critères d'évaluation

• Elaborer une stratégie managériale et mettre en place un **plan d'action opérationnel** en intégrant notamment les variables culturelles

• Concevoir et mettre en oeuvre des procédures et des outils de pilotage de la performance de l'organisation

Les + de la formation

• **Une valorisation des profils** dits littéraires auprès des entreprises

• Un niveau d'insertion professionnelle très élevé dans tous les secteurs d'activité (*industrie, services, high tech, culture, finance, agro-alimentaire, luxe…*)

• Un enseignement qui intègre les dimensions interculturelles auxquelles font face les entreprises aujourd'hui

• Une articulation entre enseignements théoriques et acquisition de savoirs faire pratiques à travers des stages de longue durée

• Stage en France ou à l'étranger **de 3 à 6 mois en M1 et en M2**

• **Possibilité de suivre la formation en alternance**

• Un accompagnement personnalisé des étudiants centré sur l'insertion professionnelle

• Des activités pédagogiques innovantes

• **Des intervenants professionnels** de qualité, spécialistes de leur domaine

Organisation

• Le premier semestre **est entièrement consacré aux enseignements théoriques**. Les connaissances sont évaluées sous le **régime du contrôle continu** au cours des activités pédagogiques suivant la nature des disciplines (*devoirs, exercices, dissertations, dossiers, présentations…*).

• Le second semestre est principalement consacré à la formation pratique **en entreprise** (*en stage ou en contrat d'alternance*) et à la rédaction d'un mémoire de fin d'études.

Contrôle des connaissances

L'évaluation des étudiants est effectuée dans le cadre d'un **contrôle continu intégral** pendant les séances pédagogiques.

L'expérience en entreprise lors du stage ou d'une alternance donne lieu **à une évaluation par la structure d'accueil ainsi qu'à un mémoire**.

Stage ou alternance

Ouvert en alternance

> **Type de contrat**: Contrat de professionnalisation, Contrat d'apprentissage

Pour les étudiants en Master 2 uniquement.

• *3 jours en entreprise et 2 jours à l'université.*

Stages

> **Stage**: Obligatoire (3 à 6 mois)

> **Stage à l'étranger**: Facultatif (3 à 6 mois)

Un stage en entreprise de 3 à 6 mois est obligatoire en M1 comme en M2 entre février et juillet, en France ou à l'étranger.

Admission

Conditions d'admission

Le recrutement repose sur une première phase d'examen des dossiers (*admissibilité*), puis sur une/des épreuve(s) (*admission*).

Recrutement sur dossier + épreuve écrire + épreuve orale/entretien pour les admissibles (*SEULS les candidats retenus après l'examen des dossiers de candidature sont conviés à la fois à une épreuve écrite et à un oral/entretien*).

Il est attendu des candidats qu'ils montrent l'adéquation de leur formation antérieure et de leur projet professionnel avec la formation visée.

Pré-requis et critères de recrutement

Pour une entrée en M1, les prérequis et critères de recrutement sont à retrouver sur la plateforme monmaster.gouv.fr

Les candidats doivent être détenteurs d'une licence arts/lettres ou SHS : licence humanités, philosophie, lettres, histoire… Sont retenus les candidats qui démontrent qu'ils possèdent un excellent niveau d'expression à l'écrit comme à l'oral, ainsi qu'un esprit critique qui leur permet de produire une pensée originale et personnelle. Le recrutement est effectué après examen des dossiers ainsi qu'après éventuellement des épreuves de sélection (épreuve écrite et entretien). Il est attendu des candidats qu'ils soient en mesure de formuler un projet professionnel suffisamment clair et précis.

Pré-requis recommandés

En matière d'acquis académiques, le recrutement se fondera sur la prise en compte des éléments suivants : Les résultats obtenus dans les disciplines qui attestent la maîtrise de l'expression écrite et orale, **ainsi que de la capacité à développer un raisonnement**.

Le comité de recrutement évaluera les candidats sur les éléments suivants : une première éventuelle expérience significative (*dans le cadre d'un stage par exemple*), la capacité à présenter un projet professionnel clair et précis dans le dossier et lors de l'entretien, les activités culturelles et artistiques, l'engagement associatif, la maîtrise d'une langue étrangère…

Et après

Poursuite d'études

Doctorat : les étudiants détenteurs du **Master Humanités et management** parcours « **Digital Management** » peuvent, s'ils le souhaitent, poursuivre en thèse.

Insertion professionnelle

Le niveau d'insertion professionnelle de ce master est très élevé et les débouchés très varié.

• **Secteurs d'activité** : A l'issue de la formation les étudiants pourront assurer des fonctions de management dans des entreprises quels que soient leur taille (*TPE, start'up, grande entreprise…*) et leur **secteur d'activité** : *nouvelles technologies, métiers de la création, industrie, numérique, produits de grande consommation, luxe, conseil, finance…*

• **Métiers** : Une grande diversité de métiers sont accessibles aux diplômés de ce master : *business developer, responsable marketing, chef de projet innovation, chef de produit, responsable d'unité à l'étranger, entrepreneur…*

Fiches métiers ROME

- M1302: Direction de petite ou moyenne entreprise
- M1402: Conseil en organisation et management d'entreprise
- M1403: Etudes et prospectives socio-conomiques

Contact(s)

Marcos Giadas conde

Responsable Formation initiale
mgiadasconde@parisnanterre.fr

Autres contacts

Contact administratif :

secretariat-master-humanites@phillia.parisnanterre.fr

Programme

M1 Business development et marketing interculturel

Semestre 7

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Connaissances & compétences disciplinaires fondamentales	UE					24
5L7HD01P - Questions d'humanités 1 (littérature, rhétorique)	EC	15	15			4,5
5L7HD02P - Questions d'humanités 2 (Histoire, philosophie)	EC	15	15			4,5
5L7HD03P - Marketing fondamental	EC	24				3
5L7HD04P - Economie	EC	24				3
5L7HD05P - Droit	EC	24				3
5L7HD06P - Comptabilité et gestion budgétaire	EC	36				3
5L7HD07P - Théories des organisations	EC	24				3
UE Connaissances et compétences d'approfondissement	UE					1,5
5L7HB01P - Projet tuteuré Marketing	EC		24			1,5
UE Compétences linguistiques	UE					3
5L7HD09P - Anglais managérial 1	EC		18			3
UE Projets académiques et professionnels	UE					1,5
5L7HB02P - Insertion professionnelle métiers du marketing 1	EC		18			1,5

Semestre 8

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Connaissances & compétences disciplinaires fondamentales	UE					9
5L8HD01P - Techniques quantitatives et statistiques	EC	24				3
5L8HD02P - Communication d'entreprise	EC	24				3
5L8HB01P - Marketing interculturel 1	EC	24				3
UE Connaissances et compétences d'approfondissement	UE					3
5L8HD03P - Outils, pratiques et intelligence numériques 1	EC	24				3
UE Projets académiques et professionnels	UE					1,5
5L8HD04P - Projet collaboratif L3/M1 Humanités	EC		18			1,5
UE Travail personnel de recherche - Stage et travail	UE					16,5
5L8HD05P - Méthodologie et initiation à la recherche	EC	24				3
5L8HD06P - Rapport de stage	EC					12
5L8HD07P - Evaluation du stage par la structure d'accueil	EC					1,5

M2 Business development et marketing interculturel

Semestre 9

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Connaissances & compétences disciplinaires fondamentales	UE					21
5L9HD01P - Questions d'Humanités 3 (philosophie, littérature)	EC	15	15			3
5L9HD02P - Questions d'Humanités 4 (histoire)	EC	15	15			3
5L9HD03P - Marketing stratégique et opérationnel	EC	24				3
5L9HD04P - Stratégie, gouvernance et politique générale	EC	24	24			3
5L9HD05P - Techniques quantitatives de gestion	EC	24				3
5L9HD06P - Droit des marques et du numérique	EC	24				3
5L9HB01P - Marketing Interculturel 2	EC	24				3
UE Connaissances et compétences d'approfondissement	UE					4,5
5L9HB02P - Projet Marketing et Business Développement	EC		18			1,5

5L9HD07P - Stratégie de communication digitale	EC	24				3
UE Compétences linguistiques	UE					3
5L9HD09P - Anglais managérial 2	EC		18			3
UE Projets académiques et professionnels	UE					1,5
5L9HB03P - Insertion professionnelle métiers du marketing 2	EC		18			1,5

Semestre 10

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Connaissances & compétences disciplinaires fondamentales	UE					9
5L0HB01P - Atelier laboratoire humanités et innovation	EC	21	9			3
5L0HB02P - Business Développement	EC	24				3
5L0HB03P - Economie et management de l'innovation	EC	24				3
UE Connaissances et compétences d’approfondissement	UE					6
5L0HD01P - Outils, pratiques et intelligence numériques 2	EC	24				3
5L0HD03P - Atelier laboratoire humanités et numérique	EC	21	9			3
UE Travail personnel de recherche - Stage et travail	UE					15
5L0HB04P - Mémoire de stage	EC					10,5
5L0HB05P - Soutenance et valorisation du parcours professionnel	EC					4,5