DROIT, ECONOMIE, GESTION

Master Marketing, Vente - Parcours Marketing du Produit et des Solutions Innovantes (MPSI)

ECTS
120 crédits

Durée
4 semestres

Composante
UFR Droit, Economie, Gestion

Lieu(x)
Orléans

Présentation

Le master Marketing du produit et des solutions innovantes vise à former des étudiants capables de mettre leurs compétences au service d'entreprises soucieuses de concilier les objectifs de qualité, de conception de produits et services et les objectifs du marketing.

La première année de Master est accessible en **apprentissage** et en **formation continue**, le master est en **alternance sur deux ans** (**contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation**).

Candidature

Compétences

À l'issue de la formation, le diplômé sera capable de :

- Participer à la définition de la stratégie en termes de produits, de positionnement et d'offres commerciales.
- Assurer le développement d'un produit ou d'une ligne de produit.
- Piloter de A à Z des projets au sein d'une direction commerciale et marketing.
- Contrôler la totalité des phases du projet, de l'étude des besoins à la mise en place opérationnelle.
- S'intégrer dans un processus d'innovation par les services, évaluer les leviers de l'innovation.
- Maîtriser les logiciels comme SPSS Statistics, SPSS Modeler, les outils de mesure et d'analyse du trafic web (ex : Google Analytics).
- Diagnostiquer l'efficacité d'un point de vente.
- Réaliser des études de marché.
- Utiliser des techniques de créativité.
- Gérer un site e-commerce.
- Maîtriser les techniques de marketing spécifiques aux produits et services.
- Connaître les outils d'analyse de la marque.
- Maîtriser les techniques de marketing en ligne (réaliser une campagne publicitaire web, d'emailing, suivre la rentabilité des campagnes web...).
- S'exprimer en anglais (passage du TOEIC).

Contacts utiles

Bureau des relations internationales de l'UFR DEG :
https://www.univ-orleans.fr/fr/deg/international

international.deg@univ-orleans.fr
Tél : +33(0) 2 38 49 47 30

ORIENTATION ET INSERTION PROFESSIONNELLE DOIP

https://www.univ-orleans.fr/doip

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 01 juillet 2026

02 38 41 71 72
doip@univ-orleans.fr

Organisation

Contrôle des connaissances

Les unités d'enseignement sont sanctionnées par un contrôle continu et /ou des épreuves terminales écrites et orales. Elles sont définitivement acquises dès lors que l'étudiant y a obtenu la moyenne et sont affectées d'un coefficient et de crédits européens. Une compensation s'effectue sur le semestre sur la base de la moyenne générale des notes obtenues aux diverses unités d'enseignement, pondérées par les coefficients. Deux sessions de contrôle de connaissance sont organisées pour chacun des semestres d'enseignement.

Admission

Conditions d'admission

Accès en M1 :

L'accès à la première année est sélectif. Elle s'adresse à des candidats ayant validé une licence sciences de gestion, une licence Economie-Gestion, une licence Marketing ou une licence Management du sport. Les attendus sont :

- mobiliser des concepts et construire une argumentation structurée. Utiliser les méthodes et techniques de gestion. Connaître les fondamentaux en marketing (études, stratégie, mix marketing).

- appétence pour les métiers visés par le master. Projet professionnel en cohérence avec la formation.

- savoir travailler en équipe et en responsabilité au service d'un projet. Être autonome et curieux. Savoir prendre des initiatives et démontrer sa motivation.

Après étude du dossier universitaire, les candidats sont convoqués à un entretien.

L'admission finale est prononcée lorsque le ou la candidat(e) obtient un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation dont les missions ont été validées par le responsable pédagogique.

Modalités d'inscription

Accès en M1 et M2 :

L'admission en master 1ère et 2ème année est sélective.

- via **la plateforme mon master en M1.**

- via **l'application e-candidat pour le M2.**

Et après

Insertion professionnelle

Les principaux métiers exercés par les diplômés sont :

-Les métiers de l'encadrement marketing (Responsable marketing ; Responsable marketing et communication ; Responsable marketing stratégique ; Responsable marketing et des projets innovants ; Responsable e-commerce) ;

-Les métiers de gestion de produits (Chef de produit junior, senior ; Chef de marché ; Responsable développement produit ; Product owner) ;

-Les métiers d'analyse de marché (Chargé d'études marketing ; Consultant ; Chargé d'études de marché ; Analyste marketing ; Chargé d'études et du marketing opérationnel) ;

-Les métiers de coordination (Chef de projet marketing ; Responsable e-marketing ; Chargé de développement Internet ; Responsable marketing online)

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 01 juillet 2026

-Les métiers de créateur d'entreprise (E-commerce ; Conseil marketing ; Agence de marketing, communication ; Création de sites web).

Les secteurs d'activité

Le parcours MPSI permet aux étudiants d'intégrer différents secteurs d'activité notamment :

-Industrie alimentaire (BROSSARD, CHRIST, LACTALIS, LAITA, LSDH, LES CRUDETTES, NESTLE, NOVANDIE, SAINT MICHEL, SOODIAL, UNITED BISCUITS...) ;

-Industrie non alimentaire (BOSTIK, BRANDT, CACHAREL, CITROEN, DIOR, HENKEL, HILTI, HITACHI, HONDA, ISOFRANCE, JEANNEAU, KONGSKILDE, LAMPE BERGER, LEGRAND, LEXMARK, PIER AUGER, ROSSIGNOL, SANDVIK, TOTAL...) ;

-Banque, assurance (AG2R, AXA, BNP-PARIBAS, BRED, CREDIT AGRICOLE, GROUPAMA, HSBC, LA POSTE, MMA, MNH, SOCIETE GENERALE, THELEM...) ;

-Communication et étude de marché (5e ETAGE, GIRAUDY, HAVAS, IPSOS, LAGARDERE PUBLICITE, M6...) ;

-Télécommunications (BOUYGUES TELECOM, ORANGE, SFR...) ;

-Commerce (ACCOR HOTELS, AUCHAN, AXEREAL, CASTORAMA, ELIANCE, GREENWEEZ, MONOPRIX, MONSIEUR BRICOLAGE, NOZ, PICKMECAB, POINT P, VEEPEE, VENTE-UNIQUE.COM...) ;

-Autres (EASYFLYER, ENGIE, NUMBERLY, PARTNAIRE, PENTALABBS, PENTALOG...).

Infos pratiques

Contacts

Responsable de formation

Geneviève PAVIOT

genevieve.paviot@univ-orleans.fr

Contact administratif

IAE Orléans

UFR Droit, Economie, Gestion

Rue de Blois - B.P. 26739

45067 Orléans Cedex 2

02 38 41 70 28

master.iae@univ-orleans.fr

https://www.univ-orleans.fr/deg/iae/

Pour la formation en apprentissage :

apprentissage.deg@univ-orleans.fr

Tél : 02 38 49 47 48

Page CFA

Service de Formation Continue

Contact – SEFCO (Service de Formation Continue)

Mail : renseignements.sefco@univ-orleans.fr

Tel : 02 38 41 71 80

Candidater | Université d'Orléans

Le SEFCO accompagne les publics en reprise d'études, les salariés, demandeurs d'emploi ou entreprises dans leurs projets de formation tout au long de la vie.

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 01 juillet 2026

Lieu(x)

Orléans

En savoir plus

http://www.univ-orleans.fr/sefco/

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 01 juillet 2026

Programme

Organisation

Organisation de la formation

Le Master MPSI s'appuie sur des enseignements théoriques, sur de nombreux travaux collectifs et individuels ainsi que sur des mises en situation professionnelles (études de cas, conduites de projet, travaux réalisés au profit d'entreprises, business game...). Des professionnels expérimentés dans les métiers du marketing participent activement à la formation des étudiants, par le biais d'interventions et de conférences.

Les deux années sont en alternance sous contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

Master 1 Marketing du Produit et des Solutions Innovantes

Unité d'enseignement	Coefficient/Crédits	Volume horaire Cours Magistraux	Volume horaire Cours Travaux Dirigés
Semestre 7			
Bloc Management stratégique			
Management des équipes, communication interne et innovation collaborative	3	18	-
Management de projet	3	18	-
RSE	3	18	-
Marketing des services	3	18	-
Business english 1	3	-	18
Bloc Stratégies créatives et numériques			
Communication audiovisuelle	2	6	12
Innovathon	2	-	25
Référencement et stratégie de contenu	3	6	12
Bloc Spécialisation			
Deux matières au choix :			
Logistique événementielle	3	18	-

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 01 juillet 2026

Stratégie d'innovation	3	18	-
Recherche collaborative appliquée et innovation en marketing	3	-	-
Bloc Méthodologie de la recherche			
Méthodes de recherche en marketing	2	18	-
Semestre 8			
Bloc Stratégies de communication			
Comportement et communication	2	15	-
Outils de communication médias et hors médias	2	15	-
Social media marketing et influence	2	18	-
Initiation à photoshop	2	6	12
Business english 2	3	-	18
Bloc Marketing sectoriel			
Marketing événementiel	2	12	-
Marketing du produit	2	12	-
Brand management	3	18	-
Stratégie cross-canal	3	18	-
Bloc Spécialisation			
Deux matières au choix :			
Marketing sportif et marketing culturel	3	18	-
L'intelligence artificielle au service de l'expérience client	3	18	-
Recherche collaborative appliquée et innovation en marketing	3	-	-
Bloc Pratiques professionnelles			

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 01 juillet 2026

Mémoire individuel	3	-	-

Master 2 Marketing du Produit et des Solutions Innovantes

Unité d'enseignement	Coefficient/Crédits	Volume horaire Cours Magistraux	Volume horaire Cours Travaux Dirigés
Semestre 9			
Bloc Etudes marketing			
Consommation et culture	4	18	-
Quality retail data analysis	2	12	-
Quantitative Retail data analysis	2	12	-
Outils d'analyse du comportement du consommateur	2	15	-
Etudes et analyses marketing	3	21	-
Recherche collaborative appliquée et innovation en marketing	3	-	-
Bloc Conception et diffusion des solutions innovantes			
Conception et développement d'un produit durable	2	15	-
Développement d'un produit innovant	2	9	-
Diffusion des innovations	3	21	-
Méthodes et processus de design des services	3	21	-
Conception de documents PAO	2	21	-
English for marketing	2	-	18
Semestre 10			

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 01 juillet 2026

Bloc Stratégie marketing digitale, iOT (internet Of Thing)			
E-commerce et digital	2	12	6
Les bonnes pratiques de l'IA générative en marketing	1	6	6
M-marketing	2	6	6
Marketing participatif	2	15	-
Bloc Marketing multicanal			
Marketing RH	2	18	-
Challenges marketing	3	21	-
Cas de simulation marketing	3	20	-
English for marketing (TOEIC)	2	-	18
Recherche collaborative appliquée et innovation en marketing	3	-	-
Bloc Pratiques professionnelles			
Séminaires professionnels	-	25	-
Mémoire individuel et soutenance (apprentissage)	10	-	-

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 01 juillet 2026