

“



**LAETITIA
CHICHEPORTICHE**
Professeur Associé
de Marketing,
Responsable pédagogique
du MS Etudes et Décision
Marketing, Diplômée de
l'Université Paris Dauphine

« Une formation d'excellence aux métiers du marketing avec une expertise sectorielle forte en Grande Consommation . »

Face à des consommateurs surinformés et en perte de repères, défiants à l'égard des marques, à la fois en quête de sens et d'expériences, le marketing ne cesse de se réinventer. Pour adresser ces nouveaux enjeux, le MS Etudes et Décision Marketing vous donne les clés pour détecter et activer des opportunités de création de valeur, repenser les façons d'innover et les concrétiser avec pertinence et efficience.

Grâce à ce programme, vous saurez identifier les leviers de croissance pour construire des marques fortes, imaginer des stratégies expérientielles valorisantes et durables, développer un marketing omnicanal et élaborer des plans d'actions pour être directement opérationnel dans le secteur des produits de grande consommation. ”

Les 5 bonnes raisons de rejoindre

LE MS ETUDES & DÉCISION MARKETING

- Un programme connu et reconnu dans la sphère académique et professionnelle : 35 ans d'expertise dans le domaine des études et du marketing - Un réseau de plus de 980 diplômés - N°1 en France dans la catégorie marketing (*Classement Eduniversal des Meilleurs Masters, MS et MBA 2021*)
- Des partenariats solides et d'envergure avec les acteurs majeurs du secteur des Produits de Grande Consommation : 70 % des cours assurés par des professionnels du monde de l'entreprise
- Une pédagogie interactive et connectée à la réalité avec des mises en situation très professionnalisantes : cas réels et en réalité virtuelle, simulations online, business games, jeux de rôles, études terrain
- Une formation alliant expertise métier et coaching individuel
- Une formation en alternance favorisant l'insertion et un financement assuré du cursus grâce au contrat de professionnalisation



Les métiers

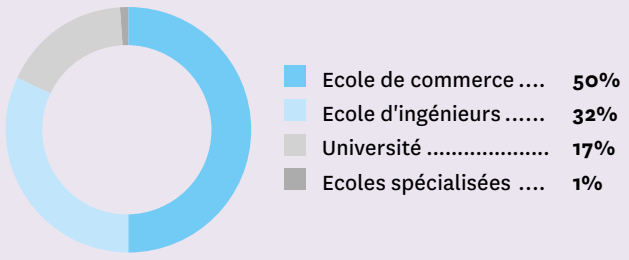
ET L'INSERTION PROFESSIONNELLE

LA PROMO ENTRANTE : #ilsontchoisiNEOMAbs

Les étudiants de la promotion 2022 sont en contrat de professionnalisation chez :

- LACTALIS - CLARINS - UBISOFT - CARREFOUR - CHANEL - BEL - DANONE - LESIEUR - CANDIA - KIMBERLY CLARK - SANOFI - E. LECLERC - COCA-COLA - SOLINEST - MONOPRIX - ARKEMA - L'OREAL - LOUIS VUITTON - HEINEKEN - MC DONALD'S - SEB - NESTLE - OMEGA PHARMA - ORANGINA - ESTEE LAUDER - SEPHORA - SYMRISE - GSK - MERCEDES BENZ - BEIERSDORF ...

DIPLÔME D'ORIGINE



L'INSERTION PROFESSIONNELLE APRÈS LE MSc :

Sources : Enquête Emploi jeunes diplômés 2020



Salaire brut moyen : **43,7 K€** par an



Taux d'insertion à 3 mois : **95%**
57% ayant trouvé un emploi avant la diplomation

LES MÉTIERS CIBLÉS

- Chef de Produit / Brand Manager
- Chef de Produit Digital
- Chef de Projet Innovation
- Chargé d'études marketing / Consumer Insight Manager
- Consultant / Analyste marketing
- Data Analyst / Digital web analyst
- Responsable de projets CRM / Expérience Client
- Category Manager / Responsable Trade Marketing ou Merchandising
- Chef de Projet Marketing Opérationnel / Marketing digital



Le cursus

OBJECTIFS ET COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

Le Mastère Spécialisé Etudes et Décision Marketing s'adresse aux étudiants et aux cadres en activité qui veulent acquérir une formation complémentaire ou se spécialiser dans les métiers du marketing de la grande consommation. Son rythme à temps partiel est compatible avec une activité professionnelle.

Ce programme permet de :

- Connecter l'intelligence marketing aux mutations actuelles de la société (transformations sociétales, digitales, éthiques et de consommation)
- Être moteur de réflexion et d'action dans la stratégie des marques et dans le pilotage de la brand expérience
- Développer une culture de la data pour prendre la meilleure décision
- Manager la performance en conciliant croissance, rentabilité et responsabilité sociale
- Evoluer avec agilité, transparence et intégrité

LEADERSHIP ET MARKETING MANAGEMENT

- **Séminaires de méthode** : Leadership & Team Building, Prise de parole en public, Négociation et Management d'équipe, Méthodologie de la thèse professionnelle, Coding School
- **Shape your Career** : Simulations d'entretiens, Visio Talent.
- **Digital Transformation & Change Management**

INTELLIGENCE ET CRÉATION DE VALEUR

- **Consumer Behavior and Societal Trends** : Enjeux sociétaux et marketing, comportements de consommation, développement durable et rentabilité, pratiques éthiques et socialement responsables
- **Intelligence marketing** : Système d'Informatio, approches Consumer Insight, Social Listening, Etudes On-line & Sémiologie, User Research, Social Media Intelligence
- **Consumer Insight & Innovation marketing** : Typologies et modèles d'innovation, processus créatif et d'innovation, approche par le Design Thinking, rôle stratégique du Consumer Insight et cycle d'Innovation en PGC
- **Data mining et décisions marketing** : Méthodes quantitatives & décisions marketing, marketing, prévisions, tests statistiques, Techniques avancées d'Analyses des Données

STRATÉGIE, EXPÉRIENCE ET PERFORMANCE

- **Stratégie & Performance marketing** : Stratégies marketing & avantage concurrentiel, gestion d'un portefeuille de produits, plan marketing, outils financiers pour le chef de produit & évaluation du mix
- **Management de la marque et branding** : Pilotage qualitatif de la Brand Image, digital branding, stratégies d'extension et alliance de marques, Global Brand Management, Strategy and Branding, Operational Implementation
- **Customer Experience Management et disruption digitale** : Data Centricity, Management de l'expérience client (CX), Stratégie digitale et Social Media CRM, Campagnes relationnelles & CRM Metrics

PILOTAGE ET ACTIONS MARKETING DES PGC

- **Analyse des panels et modélisation** : Panels de distributeurs, de consommateurs et modèles d'optimisation du mix
- **Marketing produit, design et innovation** : Conception et lancement de produit, Gestion Brand Design, Design produit & packaging, Pricing
- **Distribution multicanal et shopper marketing** : Stratégies de distribution, Comportement du shopper et multicanalité, Stratégie commerciale et Category Management, Merchandising, Logistique et marketing en VR (Réalité virtuelle)
- **Integrated Marketing Communication in the digital age** : Marketing intégré et stratégies créatives, Publicité digitale et stratégie Social Media, Search et visibilité sur Internet, Stratégies média et média planning

MODULES TRANSVERSAUX

Projet étude de marché :

- Réaliser une étude quantitative à partir du brief d'une entreprise
- Présenter le rapport final devant le directeur des études marketing et les professeurs afin de nourrir les futures décisions managériales de la marque
- Des études "in vivo" ont été réalisées pour Kinder, Aquafresh, Savane, Nivea Men, Yves Rocher, Pringles, BN, Zen'sect, Dermalogica, Spontex, Doritos, McDonald's...

Challenge CRM :

- Résoudre une problématique CRM réelle d'une marque de grande consommation
- Définir ou améliorer la stratégie relationnelle de la marque
- Envisager les leviers d'action CRM via une approche multicanal et mettre en place un programme relationnel
- Des projets ont été développés pour Danone, Blackpills, Du Pareil au Même, Darty, Nestlé Bébé, Leroy Merlin, HSBC, Fnac, Dear Muesli, De Neuville, All Tigers...

Simulation en Marketing Stratégique : Markstrat Online :

- Identifier et mettre en œuvre des stratégies marketing pour des produits s'adressant à deux marchés différents
- Prendre des décisions de marketing stratégique et opérationnel pour développer la rentabilité du département marketing

Simulation Chef de produit :

- Résoudre une problématique marketing sur le positionnement d'une marque et son ancrage auprès de la cible
- Formuler une recommandation stratégique de lancement pour une nouvelle gamme, présenter le marketing mix et les plans d'action above et below the line (publicité, social media, promotion, opération de marketing expérientiel...) devant le directeur marketing de la société

“



Alain KLAPISZ,
Promotion 1992 - Vice-Président
Customer & Market Intelligence -
Groupe Renault

Le MS Etudes et Décision Marketing prépare les futurs cadres dirigeants des entreprises de grande consommation à prendre de larges responsabilités dans les domaines du marketing d'innovation et d'activation, du consumer insight, du category management, ou encore du digital, dans les entreprises de renommée internationale. Sa formation d'excellence, dispensée par un corps professoral d'exception, allie théorie, cas pratiques, missions en entreprise, et prépare concrètement à des parcours

Alain Klapisz a démarré sa carrière comme consultant marketing chez IRI avant de rejoindre le groupe Danone, où il a exercé plusieurs fonctions, principalement dans les études marketing : Market Analyst & Consumer Intelligence Manager, Global Strategy & Insights Director... Il a ensuite rejoint le groupe Ferrero en tant que Consumer and Shopper Understanding Director sur les zones Asia-Pacific, Middle East & Africa, ... Il vient d'être nommé au poste de VP, Customer & Market Intelligence, au sein du groupe Renault.



ZOOM sur

les entreprises partenaires de la pédagogie

Études marketing

Brandwatch • GfK Consumer Experiences • IRI France • Kantar WorldPanel • Nielsen France • Sémiosine • Sorgem Advance • Fifty-Five ...

Marketing des Produits de Grande Consommation

Amazon • Danone • E. Leclerc • Ferrero • Givaudan Consumer Products • Lacoste • Nestlé • Pizza Hut • Reckitt Benckiser • Ubisoft • PepsiCo ...

Agences de packaging, de publicité et média

G+B Design & Corporate • Lex Publishing • Makheia Affinity • Paramount Pictures • Wunderman ...

Cabinets de Conseil

Décision'elle • Flexter • IMPP • E&Y • Stratégies créatives • Être ...

“



Charlotte EBRARD,
Promotion 2021
Chef de Produit Junior - DANONE

En 2019, après avoir obtenu mon Bachelor à l'ESSEC Business School, j'ai décidé de me spécialiser en Marketing.

J'ai découvert le programme MS EDM grâce à une amie qui y était l'année précédente. Ce programme répondait parfaitement à mon projet professionnel et à mon ambition qui était de travailler dans un groupe agroalimentaire en tant que chef de produit. Ce programme m'a permis d'acquérir toutes les compétences qui étaient nécessaires pour atteindre mes objectifs et je suis ravie de ce choix.

J'ai fait un an d'alternance chez Danone au siège monde en tant que Chef de Produit Junior sur la marque Actimel. Je suis aujourd'hui toujours dans l'équipe Actimel et vais bientôt évoluer et changer de poste, toujours chez Danone. Je peux vraiment dire que le MS EDM a été un tremplin et un accélérateur clé pour moi. Je le recommande fortement ! ”

“



Charline GRUAZ,
Promotion 2020 - Assistante Chef de
Produit - CAFÉS RICHARD

Ingénieure agro, j'ai complété ma formation généraliste grâce au MS EDM reconnu pour sa spécialisation pointue en Marketing. Ainsi, j'ai pu acquérir une double compétence : réelle

valeur ajoutée sur le marché de l'emploi. J'ai réalisé mon alternance chez Cafés Richard en tant qu'Assistante Chef de Produit. Le contenu du MS était extrêmement riche et diversifié. Mention spéciale pour la diversité des professionnels rencontrés, ainsi que les travaux de groupe concrets effectués avec des profils d'étudiants très variés. Les compétences acquises ont été bénéfiques à la réalisation de mes différentes missions : de l'analyse des performances à la gestion d'un projet d'éco-conception jusqu'au développement produit. Par la suite, Cafés Richard m'a proposé un poste à temps plein que j'ai accepté. Ce MS a été une réelle opportunité pour lancer ma carrière en marketing ! ”

