Université Paris-Saclay

Partager

Email destinataire :

Vous devez renseigner un email valide

Envoyer

Une erreur est survenue. Merci de réessayer ultérieurement

Le mail de partage a bien été envoyé.

Ajouter au comparateur

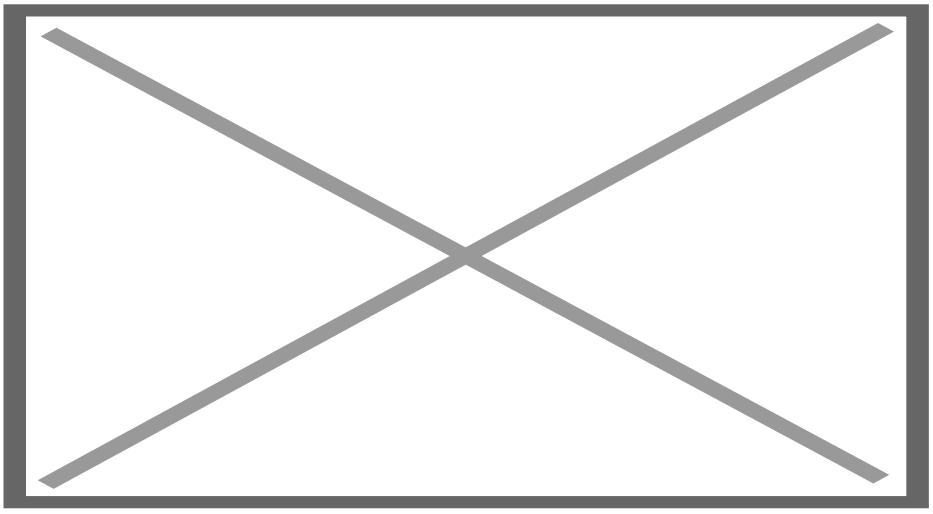
M2 Marketing de l'Innovation (MI)

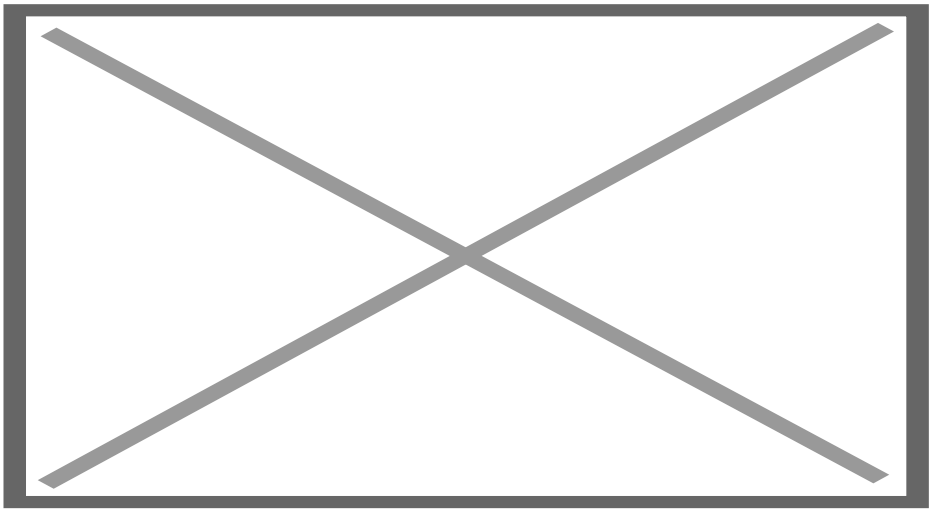
Master
Mentions Marketing, vente | Innovation, Entreprise et Société
Régime(s) d'inscription
Formation en apprentissage
Langue(s) d'enseignement
Français

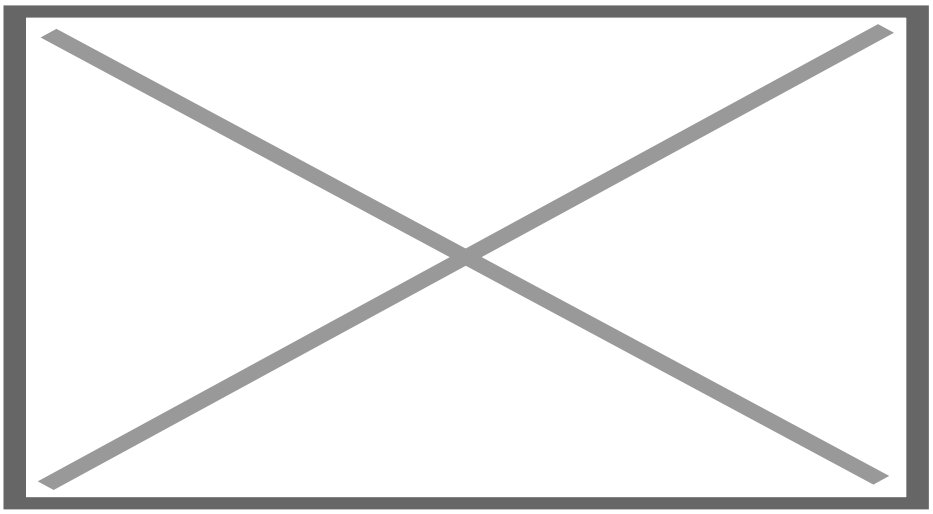
Le M2 Marketing de l’innovation offre une formation d’excellence, spécialisée dans les stratégies marketing appliquées à l’innovation et à la transformation des marchés. Conçu pour répondre aux défis contemporains, ce master donne aux étudiants les outils analytiques et opérationnels nécessaires pour s’intégrer rapidement dans le monde professionnel et évoluer avec agilité tout au long de leur carrière.

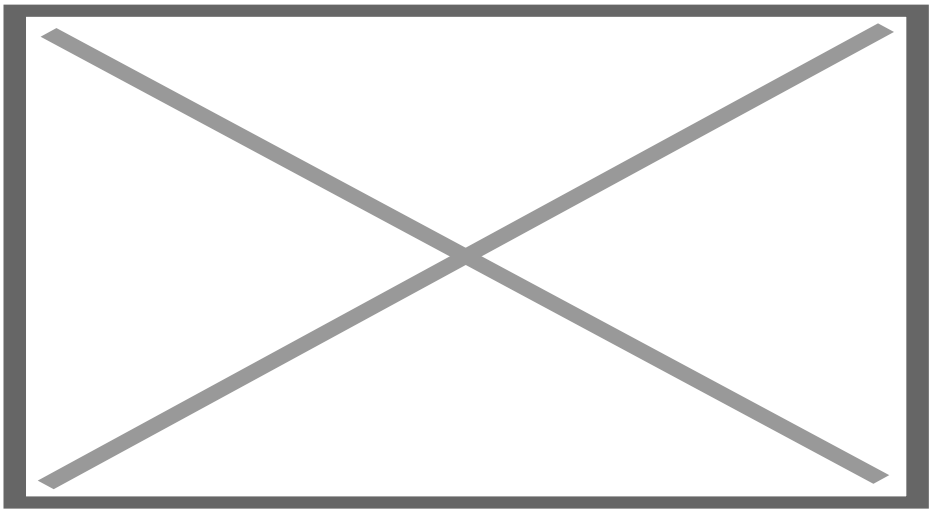
La formation met l’accent sur l’innovation produit, les nouvelles technologies et les modèles économiques disruptifs, en intégrant des enseignements approfondis en marketing, digitalisation, stratégie d’innovation, gestion de projet, et analyse des tendances émergentes. Ces éléments constituent l’ADN distinctif du diplôme, préparant les étudiants à piloter des projets innovants et à anticiper les mutations des secteurs d’activité.
Le M2 est proposé exclusivement en apprentissage, une formule qui alterne cours universitaires et immersion en entreprise. Cette approche permet aux étudiants d’appliquer directement les connaissances acquises en situation réelle, tout en développant une expérience professionnelle solide.
En outre, la formation intègre les enjeux du marketing responsable et durable, afin de former des professionnels capables de concilier performance économique et impact positif sur la société

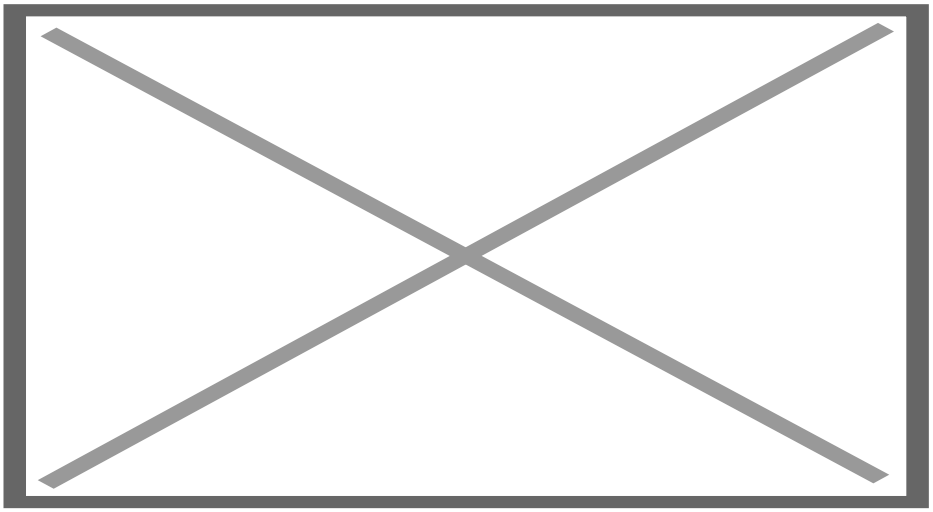
Télécharger la fiche détaillée
Je candidate











Informations

- Présentation
- Admission
- Programme

Présentation

Compétences

Maîtriser les techniques propres aux activités quotidiennes des chefs de produit : gestion de la marque, gestion de la gamme de produits, analyse de données de panels, analyses de données qualitatives
Sensibiliser à des problématiques d'économie de l'innovation et de droit de la propriété intellectuelle
Savoir comment mener une étude marketing qualitative et/ou quantitative
Savoir identifier les besoins en information et mettre en place des outils de veille
Savoir interpréter et analyser des résultats d'études
Comprendre la logique des décisions stratégique et déterminer leurs liens par rapport aux grandes fonctions de l'entreprise
Planifier et élaborer un budget en marketing
Elaborer des systèmes de contrôle en entreprise
Professionnalisation des étudiants au travers de : Cours de " développement personnel " : bilan de compétences et élaboration du projet professionnel individualisé ; passage du TOEIC ; présentation et utilisation des outils d'analyse de données ; Présentation des travaux individuels et collectifs sur support informatique (Word, PowerPoint, ...) ; Challenge Innovation : véritable fil rouge de la formation, il s'agit de répondre par groupe à une problématique d'innovation proposée et accompagnée par une entreprise partenaire. Il est composé d'une veille de l'innovation dans un secteur, de la conception à l'écoute des clients puis du développement d'une offre innovante (plan marketing).

Objectifs pédagogiques de la formation

L'objectif de cette formation est double. Il s'agit avant tout de former des chefs de produits ou des responsables de produits qui disposent des compétences fondamentales en marketing pour gérer leur activité au quotidien. Mais face aux nouvelles donnes du marché mondial, l'innovation est aujourd'hui au cœur des préoccupations des responsables marketing et leur impose une relation toujours plus étroite avec les responsables d'autres fonctions de l'entreprise. Le chef de produit est alors à l'interface de plusieurs fonctions de l'entreprise : ventes mais également chercheurs en R&D, juristes, direction générale. Il est donc primordial de sensibiliser les futurs cadres aux nouvelles problématiques telles que le digital marketing, l'économie de l'innovation, le développement de nouveaux produits, la gestion des risques, la gestion de crise, la propriété intellectuelle et la veille économique.

Les étudiants ont trouvé rapidement du travail dans des secteurs d'activité variés (grande consommation, biotechnologie, pharmacie, automobile, télécoms, services, ...) et dans des entreprises de tailles différentes (multinationales, grandes entreprises, PME, start-ups, ...).
En fonction des cursus antérieurs, la palette de débouchés est très ouverte : chef de produit, chargé d'études, responsable marketing et digital, cadre dans la distribution, responsable merchandising, category manager, ...

Débouchés

Professionnels

Assistant chef de produit
Assistant marketing
Assistant chef de publicité
Chargé d’études
Chargé de marketing / communication
Chef de produit / Product Manager

Admission

Capacité d’accueil

Places

20

Public visé et prérequis

La formation s'adresse à des étudiants ayant suivi un M1 en gestion. Nous accueillons également quelques étudiants issus d'autres champs disciplinaires et qui souhaitent compléter leur formation initiale : ingénieurs, pharmaciens, ...

Période(s) de candidature

Plateforme Inception

Du 02/03/2026 au 07/04/2026

Pièces justificatives

Obligatoires

Lettre de motivation.

Mini-mémoire.

décrivez une innovation lancée en 2025 qui vous a particulièrement marquée et justifiez votre choix (3 pages maximum)

Tous les relevés de notes des années/semestres validés depuis le BAC à la date de la candidature.

Curriculum Vitae.

Facultatives

Attestation de niveau d'anglais.

Dossier VAPP (obligatoire pour toutes les personnes demandant une validation des acquis pour accéder à la formation) https://www.universite-paris-saclay.fr/formation/formation-continue/validation-des-acquis-de-lexperience.

Document justificatif des candidats exilés ayant un statut de réfugié, protection subsidiaire ou protection temporaire en France ou à l'étranger (facultatif mais recommandé, un seul document à fournir) :
- Carte de séjour mention réfugié du pays du premier asile
- OU récépissé mention réfugié du pays du premier asile
- OU document du Haut Commissariat des Nations unies pour les réfugiés reconnaissant le statut de réfugié
- OU récépissé mention réfugié délivré en France
- OU carte de séjour avec mention réfugié délivré en France
- OU document faisant état du statut de bénéficiaire de la protection subsidiaire en France ou à l'étranger.

Programme

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours-TD	Cours-TP	TD-TP	A distance	Projet	Tutorat
Innovation dans les organisations	3	Annualisé 21									

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours-TD	Cours-TP	TD-TP	A distance	Projet	Tutorat
Charger le détail Consommateur et société numérique	3	Annualisé 21									
Charger le détail Fondamentaux du marketing digital et IA	3	Annualisé 21									
Charger le détail Stratégie de marque et gestion de produits	3	Annualisé 21									
Charger le détail Innovation dans la distribution, e-retail et relation client	3	Annualisé 21									
Charger le détail Stratégie de contenu, créativité et communication en ligne	3	Annualisé 21									
Charger le détail											

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours-TD	Cours-TP	TD-TP	A distance	Projet	Tutorat
Propriété industrielle	3	Annualisé 21									
Charger le détail Eco-conception et responsabilités du marketing	3	Annualisé 21									
Charger le détail Techniques de créativité et design thinking	3	Annualisé 21									
Charger le détail Lancement de nouveaux produits et gestion de crise	3	Annualisé 21									
Charger le détail											

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours-TD	Cours-TP	TD-TP	A distance	Projet	Tutorat
Développement personnel	3	Annualisé 21									

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours-TD	Cours-TP	TD-TP	A distance	Projet	Tutorat
Charger le détail Méthodologie de mémoire	5	Annualisé	21								
Charger le détail TOEIC	2	Annualisé		21							
Charger le détail UE libre	2	Annualisé	21								
Charger le détail											

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours-TD	Cours-TP	TD-TP	A distance	Projet	Tutorat
Méthodologie qualitative	3	Annualisé	21								
Charger le détail Data Science	3	Annualisé	21								
Charger le détail											

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours-TD	Cours-TP	TD-TP	A distance	Projet	Tutorat
Grand Oral	5	Annualisé	21								
Charger le détail Observatoire Innovation responsable	3	Annualisé	28								
Charger le détail Challenge Innovation	4	Annualisé	35								
Charger le détail											

Lieu(x) d'enseignement

FONTENAY AUX ROSES

Contact(s)

- **Florence DURIEUX**
- **Lydiane NABEC**

http://www.jm.universite-paris-saclay.fr/formation/master/marketing-vente/m2-marketing-de-linnovation-mi