

NOTE DESCRIPTIVE DU DIPLÔME DE MASTER EN MARKETING MANAGEMENT

Intitulé du Diplôme : Master en Marketing Management

Niveau : Licence +2

Durée de la Formation : 2 ans (4 semestres)

1. JUSTIFICATION ET PERTINENCE STRATÉGIQUE

Dans un contexte national et international marqué par la transformation numérique, l'évolution rapide des comportements des consommateurs, l'intensification de la concurrence et le développement des nouveaux canaux de distribution et de communication, la maîtrise du marketing constitue un levier stratégique majeur de performance et de croissance des organisations.

Le **Master Professionnel en Marketing Management** répond :

- Aux besoins croissants des entreprises en cadres capables de concevoir et piloter des stratégies marketing performantes ;
- À la nécessité de mieux comprendre les comportements et attentes des consommateurs ;
- Au développement du marketing digital, du commerce électronique et des nouveaux canaux de communication ;
- Aux besoins des entreprises en matière de développement commercial, de fidélisation et de gestion de la relation client ;
- À la nécessité de renforcer la compétitivité et le positionnement des entreprises sur leurs marchés ;
- À l'évolution des métiers du marketing et aux exigences du marché de l'emploi.

Ce programme contribue au renforcement du capital humain et à la modernisation des pratiques marketing et commerciales des organisations publiques et privées.

2. FINALITÉS DE LA FORMATION

Le programme vise à former des cadres supérieurs capables de :

- Concevoir et piloter des stratégies marketing ;
- Analyser les marchés et les comportements des consommateurs ;
- Élaborer des plans marketing et commerciaux ;
- Développer et positionner des produits et services ;
- Piloter des campagnes de communication et de marketing digital ;
- Développer la relation client et les stratégies de fidélisation ;
- Mesurer et optimiser la performance marketing ;
- Manager des équipes et des projets marketing ;
- Exploiter les données pour orienter la prise de décision ;
- Développer des stratégies d'innovation et de croissance.

3. RÉFÉRENTIELS ET STANDARDS DE RÉFÉRENCE

La formation est adossée aux principes, méthodes et bonnes pratiques reconnus dans les domaines du marketing, du management commercial et du marketing digital, notamment :

- Les fondamentaux du marketing stratégique et opérationnel ;
- Les principes du comportement du consommateur ;
- Les méthodes d'études et d'analyse de marché ;
- Les pratiques du management de la marque et du produit ;
- Les stratégies de communication et de publicité ;
- Les pratiques du marketing digital et des réseaux sociaux ;
- Les méthodes de gestion de la relation client ;
- Les outils d'analyse des données marketing ;
- Les méthodes de pilotage de la performance commerciale et marketing ;
- Les principes de management et de leadership.

Le programme prépare les étudiants à exercer des fonctions managériales et stratégiques dans les entreprises, agences et organisations.

4. ARCHITECTURE PÉDAGOGIQUE

Durée : 4 semestres

Approche : Professionnelle et orientée compétences

Axes structurants :

1. Marketing Stratégique & Opérationnel
2. Études de Marché & Intelligence Marketing
3. Comportement du Consommateur
4. Management de la Marque & du Produit
5. Stratégie Commerciale & Développement des Ventes
6. Marketing Digital & E-commerce
7. Communication, Publicité & Médias
8. Gestion de la Relation Client & CRM
9. Data Marketing & Analyse des Performances
10. Leadership & Management des Équipes
11. Innovation & Stratégies de Croissance
12. Mémoire professionnel adossé à une mission terrain

Méthodes pédagogiques :

- Études de cas réels ;
- Simulations professionnelles ;
- Projets marketing ;
- Élaboration de plans marketing ;
- Immersions en entreprise ;
- Conférences d'experts ;
- Projets tutorés ;

- Analyses de campagnes marketing ;
- Missions de terrain.

5. COMPÉTENCES CERTIFIANTES DÉVELOPPÉES

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

- Élaborer une stratégie marketing complète ;
- Réaliser un diagnostic marketing et concurrentiel ;
- Analyser les comportements des consommateurs ;
- Concevoir et piloter des études de marché ;
- Développer et positionner une marque ou un produit ;
- Élaborer un plan marketing opérationnel ;
- Développer une stratégie de marketing digital ;
- Piloter des campagnes sur les réseaux sociaux et les médias numériques ;
- Développer des stratégies d'acquisition et de fidélisation ;
- Exploiter les données marketing pour orienter les décisions ;
- Piloter les indicateurs de performance marketing ;
- Manager des équipes et projets marketing ;
- Élaborer des stratégies commerciales et de développement ;
- Concevoir des stratégies d'innovation et de croissance.

6. ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES ET PROJETS RÉALISÉS

- Élaboration complète de plans marketing ;
- Réalisation d'études de marché ;
- Analyse du comportement des consommateurs ;
- Élaboration de stratégies de positionnement ;
- Développement et lancement de produits ;
- Construction de stratégies de marque ;
- Conception de campagnes publicitaires ;
- Élaboration de campagnes de marketing digital ;
- Gestion de campagnes sur les réseaux sociaux ;
- Élaboration de stratégies de fidélisation client ;
- Analyse de données et tableaux de bord marketing ;
- Simulations de décisions marketing ;
- Études de cas d'entreprises ;
- Missions de terrain ;
- Mémoire professionnel appliqué.

7. INSERTION PROFESSIONNELLE

Débouchés :

- Directeur Marketing ;
- Responsable Marketing ;
- Chef de Produit ;
- Brand Manager ;
- Responsable Marketing Digital ;

- Responsable Communication ;
- Responsable Commercial ;
- Business Development Manager ;
- Responsable CRM ;
- Responsable Relation Client ;
- Consultant en Marketing ;
- Chef de Projet Marketing ;
- Responsable E-commerce ;
- Data Marketing Manager ;
- Responsable Stratégie Marketing.

Secteurs :

- Grandes entreprises et PME ;
- Commerce & Distribution ;
- Banque & Finance ;
- Télécommunications ;
- Agroalimentaire ;
- Industrie ;
- Technologies & Startups ;
- E-commerce ;
- Agences de communication et de publicité ;
- Médias ;
- Hôtellerie & Tourisme ;
- Administrations publiques ;
- ONG & organisations internationales.

8. GOUVERNANCE ACADÉMIQUE & CORPS PROFESSORAL

8.1 Gouvernance du Programme

Le programme est placé sous l'autorité :

- Du Directeur Général ;
- Du Directeur des Études ;
- D'un Coordinateur Pédagogique.

Un Comité Scientifique et Pédagogique assure :

- L'actualisation des contenus ;
- L'alignement aux évolutions des pratiques marketing ;
- L'évaluation annuelle du programme ;
- La mise en œuvre des améliorations ;
- Le développement de partenariats avec les entreprises et professionnels du marketing.

8.2 Corps Professoral

Le corps enseignant comprend :

- Enseignants permanents titulaires de Doctorats et Masters spécialisés ;

- Professionnels du marketing et du management commercial ;
- Experts en marketing digital et communication ;
- Responsables marketing et commerciaux ;
- Consultants et experts issus du secteur public et privé.

Cette articulation garantit la rigueur académique et l'expertise pratique.

9. MATRICE COMPÉTENCES ↔ UNITÉS D'ENSEIGNEMENT

Compétences	Unités d'Enseignement
Élaborer une stratégie marketing	Marketing Stratégique
Analyser un marché	Études de Marché & Intelligence Marketing
Analyser le comportement du consommateur	Comportement du Consommateur
Piloter une marque	Management de la Marque
Développer un produit	Management du Produit
Développer les ventes	Stratégie Commerciale
Piloter une stratégie digitale	Marketing Digital
Développer l'e-commerce	E-commerce
Gérer la relation client	CRM & Relation Client
Analyser les performances	Data Marketing & KPI
Manager une équipe	Leadership & Management
Développer une stratégie de croissance	Innovation & Stratégies de Croissance
Produire un mémoire professionnel	Méthodologie de Recherche

10. DISPOSITIF D'ASSURANCE QUALITÉ & INDICATEURS DE PERFORMANCE

10.1 Politique Qualité

Le programme repose sur une logique d'amélioration continue :

Planifier – Mettre en œuvre – Évaluer – Améliorer.

L'évolution permanente des pratiques marketing, des technologies numériques et des comportements des consommateurs fait l'objet d'une veille régulière afin d'assurer l'actualisation des contenus pédagogiques et leur adéquation avec les besoins des entreprises.

10.2 Suivi des Diplômés

Un dispositif Alumni permet :

- Le suivi des trajectoires professionnelles ;
- L'adaptation continue du programme ;
- Le renforcement du réseau professionnel ;
- Le développement des relations avec les entreprises ;

- L'identification des nouvelles compétences recherchées sur le marché.

11. CONCLUSION

Le **Master Professionnel en Marketing Management** constitue un programme structurant répondant aux besoins stratégiques des entreprises en matière de développement commercial, de compétitivité, d'innovation et de transformation numérique.

Il permet aux étudiants de développer une expertise avancée en marketing stratégique, marketing digital, management de la marque, développement commercial, relation client et analyse des performances.

À travers une approche professionnelle fondée sur les études de cas, les simulations, les projets marketing, les missions de terrain et le mémoire professionnel, la formation prépare les diplômés à occuper des fonctions de responsabilité dans les entreprises et organisations.

Il positionne ainsi **l'EPHEP Smart School** comme un pôle d'excellence en Marketing Management au Mali et dans la sous-région.

LE DIRECTEUR DES ÉTUDES & DE LA FORMATION