UPEC
Connaissance - Action

UNIVERSITÉ
PARIS-EST CRÉTEIL
VAL DE MARNE

Master Marketing, vente parcours Géomarketing (GEOM)

Domaine :
Droit - Economie - Gestion

Mention :
Marketing vente

UFR/Institut :
UPEC - IAE Paris-Est

Type de diplôme :
Master

Niveau(x) de recrutement :
Bac + 3

Niveau de diplôme :
Bac + 5

Niveau de sortie :
Niveau I

Lieu(x) de formation :
Créteil - Campus mail des Mèches

Durée des études :
2 ans

Accessible en :
Formation en alternance

Site web de la formation :
https://www.iae-paris-est.fr/formation/mail-des-meches/master-geomarketing

Présentation de la formation

La formation est délivrée par l'IAE Paris-Est.

L'objectif du Master Géomarketing en apprentissage est de former les étudiant(e)s à la compréhension des différences entre les territoires, à l'analyse des comportements des acteurs dans l'espace et aux outils d'aide à la décision relatifs aux caractéristiques spatiales des marchés, aux stratégies de localisation des entreprises et des administrations, aux politiques de marketing territorial et de développement économique des collectivités.

Le géomarketing ou marketing spatial est l'une des branches du marketing, et consiste à analyser le comportement des individus économiques en tenant compte des notions d'espaces.
Le géomarketing est présent dans diverses applications, comme les études de zones de chalandise (zone d'attraction commerciale d'un point de vente), les études de localisation commerciale, les études de potentiels, la sectorisation, l'optimisation des moyens du marketing direct (publipostage, phoning, ISA...), les optimisations de réseaux, etc. Le géomarketing a fréquemment recours aux systèmes d'information géographique (SIG) pour traiter les données géographiques à l'aide d'outils informatiques. Les anglo-saxons utilisent le terme de Location Business Intelligence, plus approprié lorsque la démarche concerne le marketing ; mais la discipline s'applique également à l'aménagement du territoire dans le cadre d'études socio-économiques.
Les problématiques d'implantations d'activités publiques et privées (boutiques, supermarchés, agences, activités touristiques, réseaux de transport, bureaux de poste, services de soin, aéroports,...) constituent un enjeu majeur de qualité du service proposé vis-à-vis des clients. La création de réseaux de points de vente ou d'agences constituant un investissement lourd et à long terme, il s'agit donc de bien cerner géographiquement la demande et de favoriser l'accessibilité aux services et leur disponibilité, tout en maîtrisant les coûts d'implantation et le nombre des infrastructures à créer. Le géomarketing est donc en quelque sorte l'art d'analyser la demande pour une catégorie de service ou un secteur d'activité donné et d'y répondre de façon optimale en conseillant le manager sur les décisions à prendre en termes de localisations de ses activités, de caractéristiques du service à proposer, de prix ou encore de promotion au niveau d'un territoire. Les secteurs intéressés par cette discipline alliant les sciences de la géographie et du marketing sont très nombreux : distribution, commerce, transports, tourisme, banque, assurance, télécoms, industries...
Le travail en groupe est primordial.

Capacité d'accueil

20 à 30 étudiants par année

Compétence(s) visée(s)

Le Master combine étroitement la formation aux savoirs disciplinaires avec les méthodes de connaissances et d'analyse des stratégies territoriales et la maîtrise des outils (systèmes d'information géographique [SIG], bases de données, cartographie, etc.) :
- connaissances interdisciplinaires en géographie socio-économique, économie spatiale, géo-organisation des entreprises, marketing et politique de développement de différents types de territoires ;
- mise en place de solutions SIG incluant à la fois les concepts, les méthodes d'analyse et les outils (notamment les logiciels : GéoConcept, Astérop, ArcView et Mapinfo), les méthodes d'analyse statistique et les outils d'aide à la décision d'implantation et de développement ;
- études stratégiques commerciales, industrielles, de services, de développement et de marketing territorial et s'intégrer dans un groupe de projet ou l'animer ;
-délimiter et analyser les zones de chalandise de points de vente et de service ;
-optimiser l'implantation de magasins, de réseaux commerciaux et d'activités publiques (transports, hôpitaux, aéroports,...) ;
-organiser des campagnes publicitaires sur le terrain ;
-prévoir le chiffre d'affaires de futures activités commerciales ;
-attribuer des secteurs géographiques à des commerciaux (sectorisation spatiale) ;
-définir des zones géographiques de concessions ;
-analyser la fréquentation ou les ventes en tenant compte de la variable spatiale (segmentation géographique d'une clientèle en particulier).

Poursuites d'études

Possibilité de poursuivre par un doctorat

Débouchés professionnels

Le métier visé est celui de spécialiste en marketing spatial ou géomarketeur, en fournissant aux étudiants les méthodes d'expertise et d'aide à la décision sur les caractéristiques spatiales des marchés, les stratégies de localisation des entreprises et des administrations, les politiques de marketing territorial et de développement économique des collectivités. Les débouchés sont nombreux et variés :

- en entreprises, principalement dans les secteurs de la grande distribution, les chaînes commerciales, la bancassurance, les télécoms, l'automobile, l'énergie, la santé, les transports, l'immobilier d'entreprise, le tourisme ;
- en collectivités locales (communes, conseil général, etc.) ;
- dans les administrations publiques (DDE, DRE, DRIRE...) ou parapubliques (CCI, chambres de métiers ou d'agriculture, etc.).

Après avoir débuté dans des postes d'analystes ou de chargés d'études, les diplômés du master deviennent chefs de projet puis responsables de service.
Cette formation en apprentissage consacrée au marketing spatial associe l'IAE au département de géographie de l'UFR de lettres et sciences humaines.

Statistiques

Information complémentaire: Si vous souhaitez en savoir plus sur cette formation et avoir accès à nos statistiques (sélectivité, satisfaction, réussite, insertion professionnelle), merci de remplir le formulaire en cliquant sur le lien suivant: Accès aux statistiques

Organisation de la formation

Première année de Master (Master 1)
440 heures de cours **en alternance** - Les enseignements se déroulent de mi-septembre à mi-septembre. Les étudiants sont en cours les jeudis (1 semaine sur 2), les vendredis et 5 semaines pleines dans l'année. Ils sont en entreprise le reste de la semaine.
Deuxième année de Master (Master 2)
402 heures de cours **en alternance** - Les enseignements se déroulent de mi-septembre à mi-septembre. Les étudiants sont en cours les vendredis et 5 semaines pleines dans l'année. Ils sont en entreprise le reste de la semaine.

Contrôle des connaissances

L'acquisition des connaissances et compétences est évaluée pour chaque UE par un contrôle continu et régulier (épreuves qui peuvent être écrites, orales ou pratiques). La réalisation d'un projet et la rédaction d'un mémoire de recherche seront également demandées, chacun donnant lieu à une soutenance.

Calendrier pédagogique

3 sessions de recrutement dans l'année. Rentrée mi-septembre

Candidature

Candidature en première année de Master : Candidature du 22 mars au 18 avril via le Portail MonMaster : lien vers la formation
Toutes les informations sur les candidatures ici

Candidature en deuxième année de master : Ouverture de la plateforme E-candidat site de l'UPEC : le 02 mars 2023
Toutes les informations sur les candidatures ici

Responsables pédagogiques

Responsable Master 1 : Serge Lhomme, Maître de conférences, UPEC

Responsable Master 2 : Serge Lhomme, Maître de conférences, UPEC

Scolarité

Bureau 003
IAE Paris-Est
61 avenue du Général de Gaulle
94010 Créteil Cedex
+33 (0) 1 41 78 47 43
scolarite-iae@u-pec.fr

Contact : master-geomktg@u-pec.fr

Plus d'informations

Etudes et handicap

L'UPEC propose aux usagers en situation de handicap un accompagnement spécifique pour leur permettre d'étudier dans les meilleures conditions (aménagement d'études et des examens, accès aux locaux et équipements spécifiques). Plus d'informations en suivant ce lien.