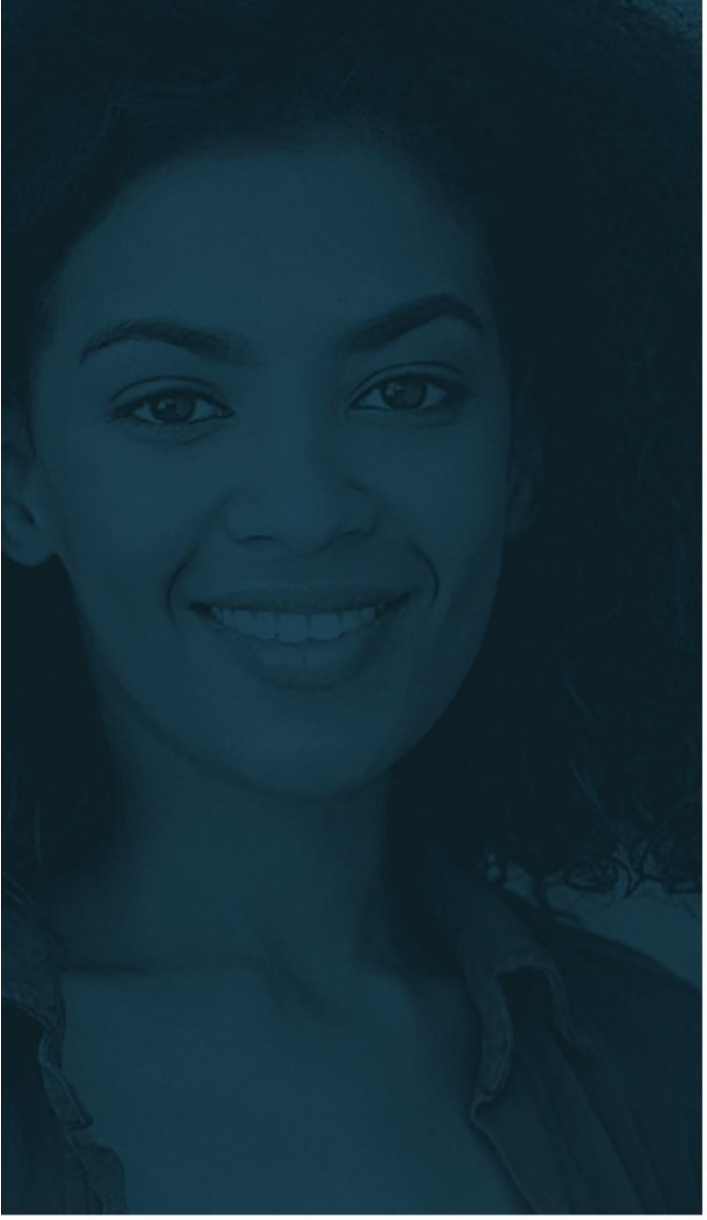

SAINT-ÉTIENNE
School of Management

LE LIVRET DES ÉTUDES

2026-2027

MASTER MARKETING ET STRATEGIE D'INNOVATION

TABLE DES MATIERES

1 DISPOSITIF SPECIFIQUE AU MASTER MARKETING ET STRATEGIE D'INNOVATION 3

1.1 Présentation du master MSI 3

1.2 Vos interlocuteurs pour le master 3

1.3 Objectifs 3

1.4 Débouchés 4

1.5 Maquette pédagogique 4

1.6 Calendrier 6

Calendrier M1 – Année 2026-27 6

Calendrier M2 – Année 2026-27 7

1.7 Règles d'obtention du diplôme 8

1 DISPOSITIF SPECIFIQUE AU MASTER MARKETING ET STRATEGIE D'INNOVATION

1.1 PRESENTATION DU MASTER MSI

Le Master 'Marketing & Stratégie d'Innovation' forme de futurs professionnels du marketing et du management de l'innovation capables de s'adapter à des secteurs d'activité divers, à des marchés en perpétuelle évolution, à un environnement international ainsi qu'à des organisations à la fois complexes et agiles. L'objectif est également de sensibiliser les futurs managers aux transitions écologiques et technologiques et d'intégrer ces enjeux sociétaux majeurs dans leurs pratiques et leur posture professionnelle.

A l'issue de leur cursus, les diplômés occupent des postes à responsabilité, spécialisés en marketing et gestion de l'innovation au sein d'entreprises, de cabinets d'études et de conseils, de structures d'accompagnement à l'innovation et d'organisations diverses.

1.2 VOS INTERLOCUTEURS POUR LE MASTER

Responsables :

Master 2 : Laure AMBROISE, Professeur des Universités / laure.ambroise@univ-st-etienne.fr

Master 1 : Clara CALAUDI, Maîtresse de Conférences / clara.calaudi@univ-st-etienne.fr

Gestionnaire Scolarité : Solène JACQUEMART

Bureau F004 / solene.durand@univ-st-etienne.fr / 04 77 42 13 57

1.3 OBJECTIFS

A l'issue du cursus de formation dispensée sur 2 ans, les étudiants auront acquis plusieurs compétences disciplinaires et savoir-faire professionnels, et seront notamment capables de :

- appréhender de manière critique les enjeux du marketing et des stratégies d'innovation dans les entreprises et les différentes organisations, tout comme dans la société de façon générale

- mettre en œuvre des dispositifs de veille des marchés et d'analyse des comportements/pratiques de consommation : analyse des tendances de consommation, mise en œuvre de démarches d'études diversifiées (qualitatives, quantitatives, netnographiques, etc.), maîtrise de logiciels d'analyses numériques et textuelles…

- traduire la stratégie de l'entreprise en stratégie marketing : gestion de l'offre produits-services et du portefeuille de marques, gestion de la communication des marques et de l'entreprise…

- concevoir et déployer opérationnellement une nouvelle offre : utilisation des techniques de créativité individuelle et collective, mise en œuvre de processus de management des innovations, gestion de partenariats stratégiques et de la propriété intellectuelle…

- identifier les usages numériques et leurs impacts sur les pratiques marketing : intégration des nouvelles pratiques digitales (brand content, inbound marketing, community management…)

- manager des équipes marketing et commerciales d'une entreprise/organisation : innovation organisationnelle et management innovant, définition d'un plan d'action commercial, élaboration et analyse des tableaux de bords d'activité

1.4 DEBOUCHES

Plusieurs parcours professionnels sont envisageables à l'issue de la formation :

- responsable marketing, chef de produit, category manager, chef de marque, responsable des stratégies de marketing digital…

- chef de projet marketing, chef de projet de développement, chef de projet innovation…

- consultant, chargé d'études en marketing…

- responsable relation clients, chargé des démarches et outils de GRC, superviseurs de centre d'appels ou de service clients…

1.5 MAQUETTE PEDAGOGIQUE

La maquette pédagogique du Master Marketing et Stratégie d'innovation a été conçue avec des professionnels et vise à développer les compétences et aptitudes des étudiants dans trois domaines disciplinaires principaux : le marketing, le management de l'innovation ainsi que les techniques et outils d'études.

De nombreuses modalités pédagogiques actives, contenus théoriques et cours illustrés par des intervenants professionnels sont proposés. Des challenges et projets sont également organisés en partenariat avec des acteurs socio-économiques (exemples : projet BrandStorm avec le groupe L'Oréal) et d'autres structures de formation complémentaires (cf. challenge de l'innovation *Idéaboom* avec des étudiants de l'INSA de Lyon, de l'ENISE, de l'Ecole d'Architecture de Lyon, de l'EM Lyon…).

Semestre 7

Intitulés UE	Crédits	Coef.	Intitulés	Crédits	Coef.	CM	TD
Stratégies Marketing	8	11	Développement Nouveaux Produits & Innovations digitales	3	3	14	7
			Stratégie Prix & Promotion des ventes	3	3	14	7
			Branding & Stratégie de marques	3	3	14	7
			Approches socio-historiques du marketing et de la consommation	2	2	10	5
Management des innovations	8	6	Business Modèles innovants	2	2	14	7
			RH et innovation organisationnelle	2	0	14	7
			Financement de l'innovation	2	2	14	7
			Projet d'innovation	2	2		15
Méthodologie d'études	8	6	Problématiques managériales & Design d'études	2	2	14	7
			Etudes quantitatives : conception et validation d'outils de mesure	3	2	14	7
			Etudes qualitatives : analyse de données textuelles	3	2	14	7
			Module recherche en management *(facultatif)*	0	0	10	5
Outils pour l'insertion professionnelle	6	4	Diganostic et outils de veille stratégique	2	2	14	7
			Anglais des affaires	2	2	14	7
			Accompagnement à l'insertion professionnelle	1	0		12

Semestre 8

Intitulés UE	Crédits	Coef.	Intitulés	Crédits	Coef.	CM	TD
Marketing relationnel	6	8	Gestion de la relation clients	2	2	14	7
			Relations inter-organisationnelles & Marketing d'affaires (BtoB)	2	3	14	7
			Retail & Supply chain management	2	3	14	7
Orientation stratégique et performances	6	6	Management des innovations, alliances et partenariats stratégiques	2	2	14	7
			Contrôle & Gestion des performances	2	2	14	7
			Propriété Intellectuelle & Droit du marketing	2	2	14	7
Outils et techniques d'étude	7	7	Etudes & Conseil en Marketing	1	0	14	7
			Méthodologies qualitatives	2	2	14	7
			Etudes quantitatives : Analyses de données avancées	2	2	14	7
			Projet d'innovation	2	3		15
Outils pour l'insersion professionnelle	11	6	Anglais des affaires	1	1	14	7
			Interventions d'entreprise et témoignages de professionnels	0	0	8	4
			Stage & Valorisation Expérience professionnelle (3 mois)	10	5	6	3
			Module recherche en management Approfondissement (facultatif)	0	0	18	6

Semestre 9

Intitulés UE	Crédits	Coeffici	Intitulés	Crédits	Coefficie	CM	TD
Marketing avancé	12	6	Marketing et innovation durable	3	3	14	7
			Approches socio-culturelles du marketing	3	3	14	7
			Marketing expérientiel & User experience	3	3	14	7
			Marketing et communication digitale	3	3	14	7
Etudes avancées	12	6	Etudes qualitatives : Ethnographie et vidéographie	3	2	14	7
			Etudes quantitatives : Analyses de données avancées	3	2	14	7
			Projet "Conseil en marketing et stratégie d'innovation"	2	2		70
Outils pour l'insertion professionnelle	6	2	Anglais des affaires	2	1	14	7
			IP - Interventions d'entreprise et témoignages de professionnels	2	0	8	4
			Méthodologie du mémoire	2	1	10	5
			Module recherche en management Approfondissement *(facultatif)*	0	0	18	6

Semestre 10

Intitulés UE	Crédits	Coeffici	Intitulés	Crédits	Coefficie	CM	TD
Stage	30	1	Stage en entreprise/laboratoire et soutenance (4 à 6 mois)	30	1		
			Mémoire et soutenance			9	6

1.6 CALENDRIER

Calendrier M1 – Année 2026-27

Septembre			Octobre			Novembre			Décembre			Janvier			Février			Mars			Avril			Mai			Juin			Juillet		
1	M		1	J		1	D	Férié	1	M		1	V	Férié	1	L		1	L		1	J		1	S	Férié	1	M		1	J	
2	M	Rentrée	2	V		2	L		2	M		2	S		2	M		2	M		2	V		2	D		2	M		2	V	
3	J	Semestre 7	3	S		3	M		3	J		3	D		3	M		3	M		3	S		3	L		3	J	Soutenances	3	S	
4	V		4	D		4	M		4	V		4	L	Semestre 8	4	J	Affichage notes S7	4	J		4	D		4	M		4	V		4	D	
5	S		5	L		5	J		5	S		5	M		5	V		5	V		5	L		5	M		5	S	Fin stage / S8	5	L	Jury S2
6	D		6	M		6	V		6	D		6	M		6	S		6	S		6	M		6	J	Férié	6	D		6	M	
7	L		7	M		7	S		7	L		7	J		7	D		7	D		7	M		7	V	UJM fermée	7	L		7	M	
8	M		8	J		8	D		8	M		8	V		8	L		8	L	Début stage	8	J		8	S	Férié	8	M		8	J	
9	M		9	V		9	L		9	M		9	S		9	M		9	M		9	V		9	D		9	M		9	V	
10	J		10	S		10	M		10	J		10	D		10	M		10	M		10	S		10	L		10	J		10	S	
11	V		11	D		11	M	Férié	11	V		11	L		11	J		11	J		11	D		11	M		11	V	Jury S7 / S8	11	D	
12	S		12	L		12	J		12	S		12	M		12	V		12	V		12	L		12	M		12	S		12	L	
13	D		13	M		13	V		13	D		13	M		13	S		13	S		13	M		13	J		13	D		13	M	
14	L		14	M		14	S		14	L		14	J		14	D		14	D		14	M		14	V		14	L	Affichage notes	14	M	Férié
15	M		15	J		15	D		15	M		15	V		15	L		15	L		15	J		15	S		15	M		15	J	
16	M		16	V		16	L		16	M		16	S		16	M		16	M		16	V		16	D		16	M		16	V	
17	J		17	S		17	M		17	J		17	D		17	M		17	M		17	S		17	L	Férié	17	J		17	S	
18	V		18	D		18	M		18	V	Fin S7	18	L		18	J		18	J		18	D		18	M		18	V		18	D	
19	S		19	L		19	J		19	S		19	M		19	V		19	V		19	L		19	M		19	S		19	L	
20	D		20	M		20	V		20	D		20	M		20	S		20	S		20	M		20	J		20	D		20	M	
21	L		21	M		21	S		21	L	VACANCES	21	J		21	D		21	D		21	M		21	V		21	L		21	M	
22	M		22	J		22	D		22	M	VACANCES	22	V		22	L	VACANCES	22	L		22	J		22	S		22	M		22	J	
23	M		23	V		23	L		23	M	VACANCES	23	S		23	M	VACANCES	23	M		23	V		23	D		23	M		23	V	
24	J	Seminaire Rentrée Masters	24	S		24	M		24	J	VACANCES	24	D		24	M	VACANCES	24	M		24	S		24	L		24	J	Rattrapages	24	S	
25	V		25	D		25	M	Hackathon Idéaboom	25	V	Férié	25	L		25	J	VACANCES	25	J		25	D		25	M		25	V		25	D	
26	S		26	L	VACANCES	26	J		26	S		26	M		26	V	VACANCES	26	V		26	L		26	M		26	S		26	L	
27	D		27	M	VACANCES	27	V		27	D		27	M		27	S		27	S		27	M		27	J		27	D		27	M	
28	L		28	M	VACANCES	28	S		28	L	VACANCES	28	J		28	D		28	D		28	M		28	V		28	L		28	M	
29	M		29	J	VACANCES	29	D		29	M	VACANCES	29	V					29	L	Férié	29	J		29	S		29	M		29	J	
30	M	Ubisoft	30	V	VACANCES	30	L		30	M	VACANCES	30	S					30	M		30	V		30	D		30	M		30	V	
			31	S	VACANCES				31	J	VACANCES	31	D					31	M					31	L					31	S	

Calendrier M2 – Année 2026-27

Septembre			Octobre			Novembre			Décembre			Janvier			Février			Mars			Avril			Mai			Juin			Juillet		
1	M		1	j		1	D	Férié	1	M		1	V	Férié	1	L		1	L		1	J		1	S	Férié	1	M		1	J	
2	M	Rentrée	2	V		2	L		2	M		2	S		2	M		2	M		2	V		2	D		2	M		2	V	
3	J	Semestre 9	3	S		3	M		3	J		3	D		3	M	Jury S9	3	M		3	S		3	L		3	J		3	S	
4	V		4	D		4	M		4	V		4	L	Début Stage/S10	4	J	Affichage notes S9	4	J		4	D		4	M		4	V		4	D	
5	S		5	L		5	J		5	S		5	M		5	V		5	V		5	L		5	M		5	S		5	L	Jury S9 S2 / S10
6	D		6	M		6	V		6	D		6	M		6	S		6	S		6	M		6	J	Férié	6	D		6	M	
7	L		7	M		7	S		7	L		7	J		7	D		7	D		7	M		7	V	UJM fermée	7	L		7	M	
8	M		8	J		8	D		8	M		8	V		8	L		8	L		8	J		8	S	Férié	8	M		8	J	
9	M		9	V		9	L		9	M		9	S		9	M		9	M		9	V		9	D		9	M		9	V	
10	J		10	S		10	M		10	J		10	D		10	M		10	M		10	S		10	L		10	J		10	S	
11	V		11	D		11	M	Férié	11	V		11	L		11	J		11	J		11	D		11	M		11	V		11	D	
12	S		12	L		12	J		12	S		12	M		12	V		12	V		12	L		12	M		12	S		12	L	
13	D		13	M		13	V		13	D		13	M		13	S		13	S		13	M		13	J		13	D		13	M	
14	L		14	M		14	S		14	L		14	J		14	D		14	D		14	M		14	V		14	L		14	M	Férié
15	M		15	J		15	D		15	M		15	V		15	L		15	L		15	J		15	S		15	M		15	J	
16	M		16	V		16	L		16	M		16	S		16	M		16	M		16	V		16	D		16	M		16	V	
17	J		17	S		17	M		17	J		17	D		17	M		17	M		17	S		17	L	Férié	17	J		17	S	
18	V		18	D		18	M		18	V	Fin S9	18	L		18	J		18	J		18	D		18	M		18	V		18	D	
19	S		19	L		19	J		19	S		19	M		19	V		19	V		19	L		19	M		19	S		19	L	
20	D		20	M		20	V		20	D		20	M		20	S		20	S		20	M		20	J		20	D		20	M	
21	L		21	M		21	S		21	L	VACANCES	21	J		21	D		21	D		21	M		21	V		21	L	Soutenances / Rattrapages	21	M	
22	M		22	J		22	D		22	M	VACANCES	22	V		22	L		22	L		22	J		22	S		22	M		22	J	
23	M		23	V		23	L		23	M	VACANCES	23	S		23	M		23	M		23	V		23	D		23	M		23	V	
24	J	Seminaire Rentrée Masters	24	S		24	M		24	J	VACANCES	24	D		24	M		24	M		24	S		24	L		24	J		24	S	
25	V		25	D		25	M		25	V	Férié	25	L		25	J		25	J		25	D		25	M		25	V		25	D	
26	S		26	L	VACANCES	26	J		26	S		26	M		26	V		26	V		26	L		26	M		26	S	Fin stage / S10	26	L	
27	D		27	M	VACANCES	27	V		27	D		27	M		27	S		27	S		27	M		27	J		27	D		27	M	
28	L		28	M	VACANCES	28	S		28	L	VACANCES	28	J		28	D		28	D		28	M		28	V		28	L		28	M	
29	M		29	J	VACANCES	29	D		29	M	VACANCES	29	V					29	L	Férié	29	J		29	S		29	M		29	J	
30	M	Ubisoft	30	V	VACANCES	30	L		30	M	VACANCES	30	S					30	M		30	V		30	D		30	M		30	V	
			31	S					31	J	VACANCES	31	D					31	M					31	L					31	S	

1.7 REGLES D'OBTENTION DU DIPLOME

Les deux semestres d'une même année d'étude ne sont pas compensables. L'étudiant doit donc obtenir une moyenne de 10/20 à chacun des semestres pour valider son année. L'étudiant peut rattraper au sein du semestre non acquis, les UE non acquises et, dans ces UE, uniquement les enseignements non acquis. L'étudiant décide, au vu de ses résultats obtenus à la 1ère session d'examens, des épreuves qu'il rattrapera. La note obtenue pour un enseignement au rattrapage sera prise en compte uniquement si elle est supérieure à celle de la session principale.

Le stage, les worshops, les projets ainsi que les modules d'insertion professionnelle et de recherche ne peuvent pas faire l'objet d'un rattrapage.

A l'issue de la formation, après validation des différents modules de formation et valorisation des expériences professionnelles acquises en stage, les étudiants obtiendront un **diplôme national de master** (DNM, niveau bac+5), **accrédité par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et le Ministère du Travail**.