

MASTER 2 - ATTRACTIVITÉ ET NOUVEAU MARKETING TERRITORIAL (ANMT)



Formation initiale
Formation continue



Aix-en-Provence



Rythme
en alternance

Ce Master 2 Management Public, parcours « Attractivité et Nouveau Marketing Territorial » s'inscrit dans une logique de montée en compétences professionnelles avec l'acquisition des fondamentaux et des concepts nécessaires à la mise en œuvre de démarches d'attractivité territoriale et de marketing territorial.

Ce master a donc pour objectif de compléter un cursus en droit-économie-gestion par une formation spécifique en marketing dans le secteur de l'attractivité territoriale.

■ PUBLIC VISÉ

Les personnes qui ont validé un Master 1 en droit-économie-gestion, notamment le Master 1 Management Public ou qui ont acquis une solide expérience professionnelle et qui souhaitent s'orienter vers le secteur de l'attractivité territoriale en occupant des fonctions liées au marketing territorial.

■ COMPÉTENCES

Les diplômé(e)s auront acquis les compétences suivantes :

- **Opérationnalité** : Acquérir une méthodologie, les outils du marketing territorial (diagnostic, marques, ambassadeurs, etc.)
- **Réflexivité** : Développer une analyse scientifique et se questionner sur les pratiques, produire un mémoire appliqué en marketing territorial avec un accompagnement sur la méthodologie de recherche
- **Transversalité** : Avoir une vision transversale de l'attractivité et de ses secteurs d'activité
- **Réseau** : rencontrer et échanger avec un réseau pluridisciplinaire, composé d'intervenants, d'experts, d'universitaires, lors des sessions de formations mais également lors des événements de la Chaire

■ ORGANISATION DE LA FORMATION

La formation est organisée en rythme d'alternance, avec 12 semaines de cours (1 semaine par mois), d'expérience professionnelle (environ 3 semaines par mois sous la forme d'un contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation ou convention de stage) et d'examens réparties sur l'année universitaire, permettant ainsi des allers-retours avec le terrain.

La formation suivie et l'expérience acquise grâce à l'alternance font l'objet d'un mémoire et d'un accompagnement dans la construction d'un réseau professionnel.

Les enseignements développés sont au cœur des préoccupations des territoires, des collectivités territoriales et des entreprises en matière de développement économique, de développement touristique et événementiel, d'attractivité, de compétitivité, d'inclusion sociale. Lors de chaque session, ce ne sont pas moins de 15 experts professionnels et/ou universitaires qui viennent à la rencontre des étudiants / auditeurs pour exposer et transmettre leur expertise en marketing territorial et en attractivité. Cela est complété par un accompagnement personnalisé. Au total, les étudiants bénéficient de 420 heures de formation.

■ PARTENARIATS & TEMPS FORTS DE LA FORMATION

Ce Master étant rattaché à la Chaire universitaire A&NMT portée par l'IMPAT, les étudiant(e)s bénéficient de l'écosystème de celle-ci constitué de près de 35 collectivités territoriales et entreprises françaises.

Aussi, les étudiant(e)s seront invité(e)s à participer durant leur année universitaire à des événements professionnels comme le Place Marketing Forum.

■ CONTENU SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

> SEMESTRES 3 & 4

Les fondamentaux du marketing territorial

Introduction à l'attractivité territoriale
Identité et spécificités des territoires
Image des territoires

Transversalité des secteurs du marketing territorial

Attract / Invest
Diagnostic global
Attractivité territoriale et écosystèmes innovants
MICE
Tourisme
Attractivité résidentielle
Rôle des élus dans les démarches d'attractivité
Ambassadeurs

Digital collaboratif et expérientiel

Marketing digital : les fondamentaux
E-tourisme
Marketing expérientiel
Grands événements
Branding
CRM - fidélisation client
Marketing collaboratif
Hackaton
Gamification des lieux culturels
Smart cities et innovation

Gouvernance et territoires spécifiques du marketing territorial

Gouvernance territoriale : les fondamentaux
Marketing et attractivité des territoires à faible densité
Marques et ambassadeurs

Marketing territorial et attractivité des métropoles
Marketing territorial et attractivité à l'échelle départementale
Modèle de gouvernance marketing territorial
Marketing territorial et attractivité régionale

Travaux de fin d'études et thèse professionnelle

Méthodologie de mémoire
Suivi de mémoire
Accompagnement professionnel
Mémoire & soutenance

■ POURSUITE D'ÉTUDES ET DÉBOUCHÉS

> Poursuite d'études

A l'issue des deux années de Master, les étudiant(es) peuvent poursuivre leurs études en [Docteurat en Sciences de Gestion](#).

> Débouchés

Secteurs : Le programme étant transversal, les débouchés sont multiples et peuvent concerner aussi bien les structures du secteur public que celles du privé, dans divers domaines.

Métiers visés : chargé(e) de marketing territorial, chargé(e) de mission développement économique, chargé(e) de développement touristique, directeur(trice) de service (attractivité, tourisme, MICE, développement économique, etc.), chef(fe) de projet développement local, territorial, chargé(e) ou chef(fe) de projet contrat de ville, directeur(trice) d'associations ou de structures parapubliques (type CRT, syndicat mixte, etc.)

■ CONDITIONS D'ADMISSION

L'admission est soumise à candidature et à entretien individuel.

> **Pour les étudiant(es) en formation initiale :** Être titulaire d'un Master 1 domaine droit, économie, gestion, notamment le Master 1 en Management public.

> **Pour les étudiant(es) en formation continue :** un Master 1 domaine droit, économie ou Management, et des expériences d'encadrement dans le secteur public ou parapublic. Les étudiants ne présentant pas les critères requis d'admission (niveau d'étude, formations hors domaine droit/économie/gestion) peuvent bénéficier de dispositifs de validation (VAP - VAE).

Plus d'informations : Rubrique [«Candidature / Inscription»](#) sur le site internet de l'IMP GT.

■ CONTACTS

> Responsables pédagogiques

Christophe ALAUX christophe.alaux@univ-amu.fr
Sarah SERVAL sarah.serval@univ-amu.fr

> Gestionnaire scolarité

Sandrine FOURNIER sandrine.fournier@univ-amu.fr | +33(0)4 13 94 21 23

> Bureau de l'apprentissage

Rim DUPUIS rim.dupuis@univ-amu.fr | +33(0)4 13 94 21 76

> Chaire A&NMT

Claire COUVRET claire.couvret@univ-amu.fr | +33(0)413942181

Annie DELANGHE annie.delanghe@univ-amu.fr | +33(0)4 13 94 21 73

> Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale

21-23 rue Gaston Saporta
13625 Aix-en-Provence
<https://impgt.univ-amu.fr>

