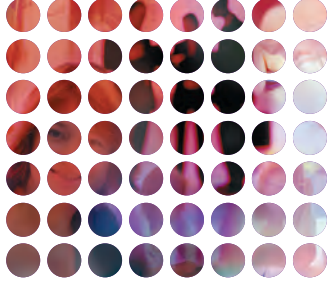


MASTÈRE SPÉCIALISÉ MARKETING, COMMUNICATION ET INGÉNIERIE DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES

ROUEN, FRANCE

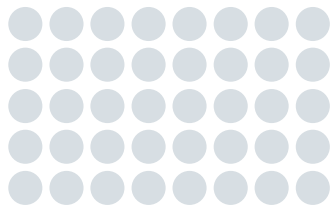


MASTÈRE SPÉCIALISÉ ACCRÉDITÉ PAR LA CONFÉRENCE DES GRANDES ÉCOLES
EN PARTENARIAT AVEC L'ÉCOLE DE MANAGEMENT DE NORMANDIE



OBJECTIFS DU PROGRAMME

- Acquisition de compétences pluridisciplinaires (Marketing, communication, techniques agroalimentaires, droit)
- Prise de responsabilités managériales
- Mise en place de stratégies de lancement, de suivi et de développement du produit agroalimentaire



Partenaires

- ✦ Groupe HEC Paris : Pédagogie HEC Entrepreneurs via EM Normandie
- ✦ fluchan
- ✦ Cadbury
- ✦ Isigny Sainte-Mère
- ✦ Mars Inc.
- ✦ Royal Canin
- ✦ Manageria (cabinet de recrutement spécialisé dans l'agroalimentaire)



■ Dimitri LAROUTIS, Responsable du programme

“Il est une certitude : l'alimentation se trouve au cœur des enjeux de société. Qu'il s'agisse de la nécessité de s'alimenter, de préserver sa santé, de praticité ou de prix... l'alimentation est plus que jamais au centre des préoccupations quotidiennes. Les attentes et les comportements des consommateurs sont largement influencés par le contexte économique, social, politique, local et international.

Comment adapter la communication à ce contexte fortement évolutif ? Quels leviers mettre en œuvre pour déployer les stratégies de marketing et communication les plus adaptées ?

Comment s'intégrer dans les cultures alimentaires spécifiques à chaque marché, dans le cadre d'une stratégie d'exportation ?

Le Mastère Spécialisé « Marketing, Communication et Ingénierie des Produits Agroalimentaires » se donne donc l'ambition de doter les futurs cadres de l'agroalimentaire de compétences en marketing et communication, de connaissances techniques en agroalimentaire et d'une expérience terrain ; le croisement de ces compétences permettant de répondre aux problématiques actuelles des Industries Agroalimentaires (IAA).”

ATOUTS DU PROGRAMME

- La mutualisation des ressources de deux Grandes Écoles : EM Normandie et Esitpa.
- L'acquisition d'une double compétence : managériale et technique.
- Une accréditation par la Conférence des Grandes Écoles.
- Une formation opérationnelle alternant cours, mission et stage.
- Des contenus pédagogiques en lien direct avec la réalité du marché.
- Des partenaires ou des entreprises très impliqués dans la dynamique pédagogique.

PÉDAGOGIE

Une formation opérationnelle avec :

- Un stage en entreprise de 5 mois
- Une alternance entre formation académique (séminaires et conférences) et formation par l'expérience (mission)



DURÉE 1 an (septembre à septembre (n+1))

SÉMINAIRES ET CONFÉRENCES

411 heures de séminaires réparties en douze modules de cours assurés par des professionnels et des professeurs spécialistes.

Connaissance de soi et du groupe Communication interpersonnelle, team-building	Vente des produits alimentaires Gestion de la relation fabricants-distributeurs, techniques d'achat, de vente et de négociation
Évolution de la consommation et du comportement du consommateur Développement durable et consommation, éthique et consommation, commerce équitable	Création de produits Adaptation et innovation du produit agroalimentaire, management de l'innovation, packaging, analyse des coûts d'un projet
Traitement de l'information et étude de marché Analyse quantitative et qualitative, analyse sensorielle, panels	Management de la qualité et du risque agroalimentaire Certification et normes agroalimentaires, management de la qualité et des risques alimentaires
Acquisition de connaissances (Ingénieurs / Gestion) : remise à niveau des connaissances en marketing pour les ingénieurs et en production alimentaire pour les gestionnaires	Politique de communication Communication institutionnelle, publicité, promotion des ventes et communication hors média, communication de crise
Environnement et technologies agroalimentaires Process de transformation et conservation des produits agroalimentaires, environnement économique et médicale de l'industrie agroalimentaire	Aspect juridique de la commercialisation des produits agroalimentaires Droit de la consommation, droit de la concurrence, droit de la distribution
Stratégie et marketing opérationnel Politique de marque, signes officiels de qualité, politique de distribution	Techniques de recherche d'emploi Simulation d'entretiens

1 MISSION DE 5 SEMAINES

STAGE DE 5 MOIS De mi-mars à mi-août

THÈSE PROFESSIONNELLE

LES GRANDS PRINCIPES PÉDAGOGIQUES

- Favoriser une approche pluridisciplinaire
- Acquérir un ensemble de compétences techniques en vue d'apporter des solutions adaptées aux différentes situations professionnelles
- Développer des qualités comportementales afin de gérer des projets et de piloter des équipes

MARKETING

OPPORTUNITÉS DE CARRIÈRE



Véritables experts en agroalimentaire, les diplômés ont développé des capacités leur permettant de s'adapter à un environnement alliant technique, marketing et communication.

Ils pourront évoluer dans le secteur agroalimentaire à des postes de :

- Chef de produit,
- Chef de groupe,
- Consultant en marketing / communication,
- Chef de projet,
- Direction marketing,
- Direction des ventes.

TÉMOIGNAGE

■ Renaud ALLAIRE,

Key Account Manager
Tetra Pak France

Diplômé de l'Esilpa en 2002

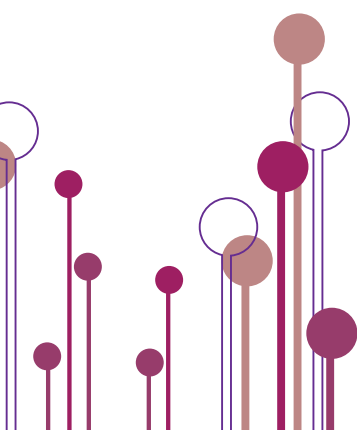


“Comme 30% des jeunes ingénieurs français, mon tempérament m'a amené à préférer les fonctions marketing - ventes à la sortie de l'école. Mes stages m'ont permis de sélectionner avec plus de précision les secteurs et fonctions correspondants à mon projet professionnel, sans pour autant m'ouvrir leurs portes : soit mon profil n'était pas assez expérimenté, soit il n'était pas diplômé précisément autour de ces fonctions. J'ai donc fait le choix de poursuivre mes études en intégrant un Mastère en commerce international. Cela m'a permis de mieux appréhender certaines spécificités des fonctions marketing - ventes, tout en affinant encore mon projet professionnel.

Au final, j'ai signé mon premier CDI, aux Brasseries Kronenbourg, avant même d'avoir terminé mon Mastère.

Aujourd'hui, avec bientôt 10 ans d'expérience professionnelle, l'un des points forts de mon CV reste cette double formation, équilibrée et plus aisément compréhensible de la part des cabinets de recrutement.”

AGROALIMENTAIRE





Conditions d'admission

■ La formation est ouverte aux diplômés BAC+5 (école de commerce ou de gestion, ingénieurs, universitaires, diplôme équivalent d'une université étrangère) et aux Bac+4 avec expérience professionnelle en cohérence avec la formation.

La sélection se fait sur examen du dossier de candidature puis entretien avec une commission.

Coûts de la formation

■ Frais d'inscription : + 100 €

■ Coût des études : + 7 700 € pour les étudiants de l'Union Européenne et les demandeurs d'emploi, + 9900 € pour les étudiants hors Union Européenne et les professionnels.

■ Adhésion Réseau EM Normandie : 300 €



TÉMOIGNAGE

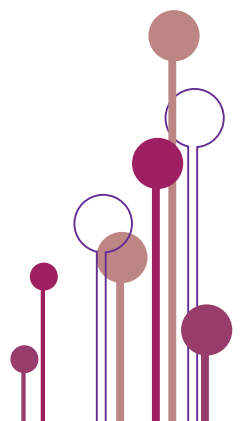
■ **Daniel DELAHAYE,**
Directeur Général
Coopérative ISIGNY SAINTE-MERE

“Les métiers de l'agroalimentaire ont pris depuis ces dernières années une dimension globale. Notre secteur agroalimentaire s'oriente vers la recherche de cadres particulièrement opérationnels en matière multifonctionnelle dans l'entreprise en complément de leur connaissance spécifique du métier de l'agroalimentaire.

Pendant ce master, les étudiants qui trouveront des stages en entreprises pourront apporter leurs connaissances tant en matière de systèmes d'information, de réflexion, de gestion par les compétences en plus de leurs connaissances technologiques des métiers de l'agroalimentaire sur un thème précis en matière de prospective d'entreprise ou réalisation de projet.

Nos ingénieurs agroalimentaires ne sont plus uniquement des spécialistes « hommes de l'art ». Cette connaissance produit doit être mise au service des consommateurs au sens large. Les connaissances en matière de marketing et de communication qu'apporteront ces jeunes diplômés dans l'entreprise nous permettront de mieux nous adapter au marché, et à son évolution. Ces décideurs de demain devront maîtriser également l'efficacité internationale qui requiert en plus du métier d'agroalimentaire, des connaissances humaines, sociales, et d'adaptabilité à l'international. Ce programme répond à la nécessité d'ouvrir les métiers de l'agroalimentaire aux sciences nouvelles, indispensables en matière de management, à une approche différente des problématiques que nous rencontrons, et spécifiques de notre secteur. Cette formation me paraît adaptée à la formation de nouveaux décideurs dans notre secteur agroalimentaire qui nécessite une nouvelle approche pour s'adapter à la consommation, à ses nouveaux besoins croissants au niveau international, et à sa diversification.”

INGÉNIERIE





ÉTUDIER À L'ESITPA

En septembre 2008, l'Esitpa s'est implantée sur 3 hectares de terrain au coeur du campus universitaire et consulaire de Mont-Saint-Aignan (Rouen).

Le nouveau bâtiment totalise 8.600 m² de surface, dont :

- + 4.200 m² destinés à l'enseignement,
- + 2.200 m² à la recherche et
- + 2.200 m² aux services.

L'Esitpa dispose de nombreux espaces d'enseignement :

- + 1 amphithéâtre de 167 places,
- + 2 salles polyvalentes de 120 places,
- + 18 salles de cours de 10 à 80 places,
- + 7 laboratoires scientifiques d'enseignement,
- + 5 salles informatiques dont 1 dédiée aux langues,
- + 4 salles TD/vidéo,
- + 2 salles de vidéoconférence et 1 centre multimédia et documentaire de 500 m².

Les étudiants disposent d'un espace dédié où sont installés les clubs et associations culturelles, sportives, humanitaires et business qui rythment la vie associative de l'École.

S'ajoutent, côté services généraux, 80 bureaux et salles de réunion.



■ Lieu de formation

Esitpa, 3 rue du Tronquet
76134 Mont-Saint-Aignan

■ Partenaire

■ L'EM Normandie et l'Esitpa sont membres de la CGE

■ Contact

Nathalie NEEL

Chargée de Communication et de Promotion de l'EM Normandie

9 rue Claude Bloch - 14052 CAEN CEDEX 4

Tél. : 02 31 46 78 99

n.neel@em-normandie.fr - www.em-normandie.fr



Rouen, ville attractive

■ L'Esitpa est située à Mont-Saint-Aignan sur le campus de Rouen, à une heure de Paris, entre mer et bocage.

Capitale haut-normande au cœur d'une agglomération de plus de 400.000 habitants, Rouen offre à près de 40.000 étudiants une vie culturelle et artistique riche et diversifiée avec 22 bibliothèques, plus de 30 salles de cinéma, 15 musées, plus de 20 théâtres et salles de spectacle, son opéra et ses grands rassemblements.

Côté sportif, l'agglomération compte 56.000 licenciés, 700 clubs et propose plus de 60 sports.

Côté évasion, Paris, Deauville, Dieppe, Le Havre, la baie de Somme, Le Touquet... sont autant de destinations proches aux paysages variés.

