



Formation initiale  
Formation continue



Aix-en-Provence



En alternance



RNCP : 35914

Code diplôme : 1353101B

Ce Master 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. Il s'inscrit dans une logique de construction des compétences sur deux ans. S'appuyant sur une première année qui recouvre les éléments théoriques, juridiques et techniques de l'administration publique, la seconde année propose une formation spécifique en marketing dans le secteur de l'attractivité territoriale.

Ce Master est rattaché à la Chaire Attractivité & Nouveau Marketing Territorial portée par l'IMP GT. Les étudiants bénéficient de l'écosystème et du réseau de la Chaire, avec pas moins de 36 collectivités territoriales et entreprises françaises.

### ■ PUBLIC VISÉ

En formation initiale : ayant validé un diplôme de niveau Licence, principalement en gestion, économie ou également en droit ou ayant un diplôme équivalent à la licence.

En formation continue : professionnels exerçant des fonctions équivalentes dans le secteur public ou privé, en cohérence avec le projet professionnel d'évolution ou de consolidation que propose le présent programme.

### ■ COMPÉTENCES

En adéquation avec les objectifs poursuivis par la formation, des blocs de connaissances et compétences (BCC) sont proposés.

#### En Master 1 :

- S'approprier l'environnement des organisations publiques et non marchandes
- Manager des politiques publiques dans un contexte de transition sociétale
- Manager dans les organisations publiques, non marchandes et d'intérêt collectif
- Appliquer une méthode scientifique dans le cadre du management public et territorial
- Préparer/réfléchir son activité professionnelle et son engagement sociétal dans un monde en mouvement

#### En Master 2 :

- S'approprier l'environnement d'une démarche d'attractivité et de marketing territorial
- Manager les politiques publiques dans un contexte de transition sociétale
- Manager en interne et en externe une démarche d'attractivité et de marketing territorial
- Appliquer une méthode scientifique dans le cadre d'une démarche d'attractivité et de marketing territorial
- Préparer / réfléchir son activité professionnelle et son engagement sociétal dans un monde en mouvement

### ■ ORGANISATION DE LA FORMATION

Les enseignements sont semestriels sous forme de cours magistraux (CM) et de travaux dirigés (TD).

#### > Master 1

*Alternance ou Stage obligatoire de 2 mois minimum*

Lors du premier semestre, les étudiants suivent un tronc commun axé sur les compétences indispensables aux futurs managers. Au second semestre, un système d'options (par bloc) permet à l'étudiant de dessiner son projet professionnel et de s'orienter vers le domaine « Attractivité et nouveau marketing territorial » ou vers les autres secteurs du management public dans lesquels il souhaite évoluer.

#### > Master 2

*Alternance ou Stage de 4 mois minimum*

La formation est organisée en rythme d'alternance, avec des 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 étudiants participent à des événements professionnels au sein du secteur comme le Place Marketing Forum organisé par la Chaire ANMT de l'IMP GT.

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.

## ■ CONTENU SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION\*

### > 1<sup>e</sup> année - semestres 1 et 2

Cours mutualisés avec les 9 parcours du Master Management public (Sauf MESS)

**S'approprier l'environnement des organisations publiques et non marchandes:** Bases conceptuelles et théoriques : institutions publiques françaises et grands principes du management public, Droit administratif pour le manager public, Mécanismes et politiques économiques, Enjeux sociétaux et politiques publiques : approches transversales, Institutions et gouvernance européenne, Politiques et systèmes publics : approches sectorielles, Conférences et ateliers d'ouverture

**Manager des politiques publiques dans un contexte de transition sociétale:** Enjeux sociétaux et politiques publiques : approches transversales, Conception des politiques publiques : innovation et co-création, Manager un territoire, Politiques et systèmes publics : approches sectorielles, Pilote et évaluer une politique publique  
**Manager dans les organisations publiques, non marchandes et d'intérêt collectif :** Bases conceptuelles et théoriques : institutions publiques françaises et grands principes du management public, Design et comportement organisationnel, Gestion de projet (outils et méthode), Leadership et management des équipes, Pilotage des

performances de l'organisation publique.

**Spécialités des fonctions managériales ANMT :** Mécanismes européens d'entraide des territoires, Lobbying et décision publique, Méthodologie du marketing territorial, Conception et pilotage d'une campagne de communication publique

**Appliquer une méthode scientifique dans le cadre du management public et territorial :** Conception des politiques publiques : innovation et co-création, Manager un territoire, Design et comportement organisationnel, Méthodes de recherche : traitement et restitution de l'information, Méthodologies quantitatives et qualitatives. Option 1 : Éthique et déontologie du manager public, Option 2 : Sensibilisation à la recherche

**Préparer / réfléchir son activité professionnelle et son engagement sociétal dans un monde en mouvement :** Méthodes de recherche : traitement et restitution de l'information, Anglais, Accompagnement de l'étudiant dans le monde professionnel

Cours transversaux : Serious Game, Stage ou apprentissage

### > 2<sup>e</sup> année - semestres 3 et 4

**S'approprier l'environnement d'une démarche d'attractivité et de marketing territorial :** les fondamentaux de l'attractivité territoriale et du marketing territorial, Objectifs de Développement Durable appliqués aux secteurs de l'attractivité : analyse stratégique

**Manager les politiques publiques dans un contexte de transition sociétale :** les stratégies d'attractivité sectorielles, Échelles territoriales et attractivité, Livrables du marketing territorial

**Manager en interne et en externe une démarche d'attractivité et de marketing territorial :** Management d'un projet d'attractivité  
**Appliquer une méthode scientifique dans le cadre d'une démarche d'attractivité et de marketing territorial :** Étude de cas, diagnostic transversal, Insertion professionnelle, Thèse professionnelle et travail universitaire

**Préparer / réfléchir son activité professionnelle et son engagement sociétal dans un monde en mouvement :** Étude de cas, diagnostic transversal, Thèse professionnelle et travail universitaire, Accompagnement professionnel et cycle de conférences, Place Marketing Forum : expériences territoriales

\*à titre indicatif - susceptible d'être modifié

## ■ POURSUITE D'ÉTUDES ET DÉBOUCHÉS

### > Poursuite d'études

- À l'issue de la 1<sup>e</sup> année de Master : les étudiants poursuivent en 2<sup>e</sup> année de Master management public parcours Attractivité et nouveau marketing territorial ou dans l'un des 8 autres parcours de ce Master proposé à l'IMPGT ou dans les différentes mentions de Masters en droit-économie-gestion
- À l'issue des deux années de Master : les étudiants peuvent poursuivre leurs études en [Doctorat 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 de marketing territorial, chargé de mission développement économique, chargé de développement touristique, directeur de service (attractivité, tourisme, MICE, développement économique, etc.), chef de projet développement local, territorial, chargé ou chef de projet contrat de ville, directeur d'associations ou de structures parapubliques (type CRT, syndicat mixte, etc.)

## ■ CONDITIONS D'ADMISSION ET PRÉ-REQUIS

L'admission est soumise à candidature.

### > Master 1 - sur la plateforme Mon Master

candidats ayant validé un diplôme de niveau Licence, principalement en gestion, économie ou également en droit ou ayant un diplôme équivalent à la licence. Les candidatures issues des sciences politiques, sociales ou d'autres parcours sont également étudiées à condition de prouver un bon niveau académique, et de justifier d'une motivation claire à la réorientation. Un MOOC de mise à niveau est prévu pour les étudiants ne venant pas de parcours spécialisés en management ou dans le secteur public.

### > Master 2 - sur la plateforme E-Candidat

candidats ayant validé une première année de master en Management public ou issus d'autres formations universitaires (droit, économie, gestion) ou exerçant des fonctions équivalentes dans le secteur public ou privé, en cohérence avec le projet professionnel d'évolution ou de consolidation que propose le présent programme.

Le dispositif de VAP (Validation des Acquis Professionnels) pour les étudiants ne présentant pas le niveau requis pour rentrer dans la formation est possible.

Plus d'informations :

Rubrique [«Candidature / Inscription»](#) sur le site internet de l'IMPGT.

## ■ CONTACTS

### > Responsables pédagogiques

Céline DU BOYS (1<sup>e</sup> année) [celine.duboy@univ-amu.fr](mailto:celine.duboy@univ-amu.fr)

Hamid BACHIR BENDAOU (1<sup>e</sup> année alternance) [hamid.bachir-bendaoud@univ-amu.fr](mailto:hamid.bachir-bendaoud@univ-amu.fr)

Sarah SERVAL (2<sup>e</sup> année) [sarah.serval@univ-amu.fr](mailto:sarah.serval@univ-amu.fr)

Christophe ALAUX (2<sup>e</sup> année) [christophe.alaux@univ-amu.fr](mailto:christophe.alaux@univ-amu.fr)

### > Gestionnaire scolarité

Delphine DAMOUR [delphine.damour@univ-amu.fr](mailto:delphine.damour@univ-amu.fr) | +33(0)4 13 94 21 18

### > Bureau de l'alternance

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

### > Chaire A&NMT

Claire COUVRET [claire.couvret@univ-amu.fr](mailto:claire.couvret@univ-amu.fr) | +33(0)4 13 94 21 81

Annie DELANGHE [annie.delanghe@univ-amu.fr](mailto: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>

