



MASTER 2
Mention MARKETING, VENTE
Parcours Distribution et Services

Responsable : Laure LAVORATA
TROYES

ADMISSION

Peuvent candidater au titre de la formation initiale les étudiants ayant validé une première année de Master (Sciences Economiques, Sciences de Gestion, A.E.S., Droit, Sociologie, Psychologie, ...), ou titulaires d'un diplôme d'école de commerce ou d'ingénieur. Peuvent candidater au titre de la formation continue : les professionnels (en activité ou non), titulaires des mêmes diplômes que ceux requis au titre de la formation initiale ou pouvant attester d'une expérience professionnelle à un poste d'encadrement pendant une durée de trois ans minimum (VAP, VAE), susceptibles de bénéficier d'une formation (Contrat d'entreprise, Direction Départementale du Travail, Fongecif...).

OBJECTIFS

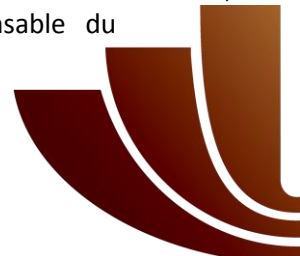
- Comprendre le rôle de la consommation dans l'évolution des mouvements sociaux, culturels, économiques et politiques pour mieux appréhender les enjeux du marketing.
- Contribuer au développement d'un savoir-faire marketing spécialisé soucieux des enjeux sociétaux pour développer une posture éclairée, éthique et responsable.

ORGANISATION DES ÉTUDES

Le Master Marketing, Vente, parcours Distribution et Services vise à former des étudiants aux métiers de la conception et de la gestion de la distribution et des services, au sein des départements marketing stratégique, opérationnel ou innovation de la grande distribution, des sociétés de service (public, marchand ou à la personne), etc. : chargé d'études, chef de produit, responsable clientèle, chef de projet innovation de services, responsable d'exploitation, responsable qualité, animateur de réseaux commerciaux, responsable du développement d'enseigne, etc. Les compétences visées sont de l'ordre des savoirs théoriques, analytiques et opérationnels dans le domaine du marketing et de la distribution ; le savoir-faire qui se traduit par le savoir conduire un projet dans le domaine du marketing et de la distribution ; le savoir-être : regard critique, ouverture, rigueur et autonomie. Le programme du master est orienté autour de quatre axes : un enseignement pratique orienté vers les sciences sociales pour une meilleure connaissance du marché ; un intérêt particulier pour les techniques émergentes du marketing ; un enseignement critique pour une vision prospective enrichie ; un enseignement théorique consolidé par des travaux de groupe des mises en situation et un stage. La formation s'appuie pour la conception de son contenu et ses objectifs sur les expertises croisées des professionnels des secteurs visés par la formation des compétences des chercheurs du laboratoire R.E.G.A.R.D.S.

DÉBOUCHÉS

Métiers de la conception et de la gestion de la distribution et des services, au sein des départements marketing stratégique, opérationnel ou innovation de la grande distribution, des sociétés de service (public, marchand ou à la personne), etc. : chargé d'études, chef de produit, responsable clientèle, chef de projet innovation de services, responsable d'exploitation, responsable qualité, animateur de réseaux commerciaux, responsable du développement d'enseigne, etc...



ORGANISATION DE LA FORMATION

Semestre 3

UE	Enseignements	CM	TD	ECTS
11	Sociologie de la consommation et des usages	15		3
	Méthodes d'études et de recherche avancées	15		3
12	Consommation et résistances	15		3
	Consommation et marges	15		3
13	Marketing éthique et éthique du marketing	12		2
	Communication publique et politique	12		2
	Droit du consommateur	12		2
14	Gestion de projet / Projet de groupe	12	12	3
	Comportement du consommateur	12		3
15	Recherches appliquées en marketing	12		3
	Business communication		20	3
		132	32	30

Semestre 4

UE	Enseignements	CM	TD	ECTS
16	Droit commercial et de la distribution	12		2
	Merchandising	12	6	2
	Développement international	12	2	
17	Management des acteurs et négociation	12	6	3
	Géomarketing	12		3
18	Marketing expérientiel	12		2
	Supply chain management	12		2
	Marketing des services et de la distribution	12	9	2
19	Gestion de la relation client	12	6	2
	Politique de communication et promotion	15	12	2
	Marketing digital et e-commerce	12	6	2
20	Mémoire professionnel		10	3
	Stage (6 mois)		10	3
		135	67	28



INSCRIPTIONS

Assistante : Stéphanie RECCHIA
 stephanie.recchia@univ-reims.fr
 03.25.80.98.91

COORDONNEES

Campus des Comtes de Champagne
 Place du Préau BP 60076
 10901 TROYES cedex 9
 03.25.80.99.15
 www.univ-reims.fr/cut
www.univ-reims.fr