

TROYES

UNIVERSITÉ
DE REIMS
CHAMPAGNE
ARDENNE



Faculté des Sciences
Économiques, Sociales
et de Gestion

MASTER

MARKETING, VENTE

Distribution, services et transformation digitale

APRÈS BAC+3

FORMATION EN DEUX ANS / BAC+5



IMAR-T
INSTITUT DU MARKETING REIMS TROYES



UNIVERSITÉ
DE REIMS
CHAMPAGNE-ARDENNE

MARKETING, VENTE

Distribution, services et transformation digitale

La première année de master commune à tous les parcours types de la mention "Marketing, vente" permet d'acquérir les connaissances fondamentales du marketing tout en renforçant les savoirs sur le management. Le programme et les contenus permettent à tous les étudiant.e.s. quel que soit leur parcours initial, d'acquérir l'intégralité des compétences marketing. La seconde année du master spécialise les étudiant.e.s. dans la distribution et les services sous l'influence du digital.

Le titulaire du diplôme est capable d'auditer l'organisation et son environnement afin de proposer des recommandations managériales dans les domaines de la distribution et des services et de les mettre en œuvre.

Modalités d'enseignements

Formation **initiale** à **temps plein**. La formation est proposée et aménagée pour **l'alternance**.

Stage / Alternance

Un **stage de 3 à 6 mois** est prévu au **semestre 2** et un **stage de 5 à 6 mois** au **semestre 4** qui valide l'intégration professionnelle des étudiant.e.s.

Prérequis obligatoires :

Pour le M1 : être titulaire d'une L3 ou équivalent (180 crédits ECTS)

Pour le M2: être titulaire d'un M1 ou équivalent (240 crédits ECTS)

Candidature

Pour le M1 : les dossiers de candidatures sont dématérialisés, ils sont à déposer en ligne sur la plateforme nationale de candidature « Mon Master » accessible à partir du site monmaster.gouv.fr

Pour le M2 : les candidatures s'effectuent sur le site « eCandidat ».

Débouchés

Poursuites d'études envisageables : Ce master a pour vocation l'insertion professionnelle directe. Une poursuite d'études en Doctorat peut cependant être envisageable.

Débouchés : Directeur.trice marketing produits, Responsable acquisition online, Chargé.ee d'affaires marketing, Digital brand manager, Responsable de la relation clientèle, Chef de promotion des ventes, Chef de produit multimédia, Responsable marketing.

Semestre 1

| | Intitulé de l'enseignement | CM | TD |
|--------|---|-----|-----|
| UE 1.1 | Etudes de marché | 8h | 10h |
| | Comportement du consommateur | 8h | 10h |
| | Sociologie de la consommation | 8h | 10h |
| UE 1.2 | Politique de produit et de prix | 8h | 10h |
| | Distribution | 8h | 10h |
| | Théories de la communication et de l'information | 8h | 10h |
| UE 1.3 | Management des équipes | 8h | 10h |
| | Personal branding | 6h | 6h |
| | Suivi du projet professionnel | | 12h |
| UE 1.4 | Initiation à la recherche : Revue de littérature | 6h | 10h |
| | Outils de gestion et d'aide à la décision | 8h | 10h |
| | Outils numériques et PAO | | 15h |
| UE 1.5 | English for marketing | | 15h |
| | Business cases | 8h | 8h |
| | Droit du consommateur | 12h | |

Semestre 2

| | Intitulé de l'enseignement | CM | TD |
|--------|--|-----|-----|
| UE 2.1 | Marketing des services | 8h | 6h |
| | Marketing du luxe | 8h | 6h |
| | Marketing digital | 8h | 6h |
| UE 2.2 | Branding management | 8h | |
| | RSE/RSO et éthique du marketing | 8h | |
| | Marketing international | 8h | |
| UE 2.3 | IA et enjeux pour le marketing | 8h | 10h |
| | Initiation à la recherche : études qualitatives et études quantitatives | 12h | 12h |
| | Outils numériques et PAO | | 15h |
| UE 2.4 | Négociation | 6h | 6h |
| | Logistique | 6h | 6h |
| | English for marketing | | 15h |
| UE 2.5 | Stage de 3 à 6 mois | 6h | |
| | Suivi du projet professionnel | | 10h |

(sous réserve de modification)



Semestre 3

| | Intitulé de l'enseignement | CM | TD |
|--------|--|-----|-----|
| UE 3.1 | UX / CX Design | 18h | 18h |
| | Sémiologie du point de vente | 10h | 8h |
| | Conception et innovation dans les services | 10h | 8h |
| UE 3.2 | Marketing des services et de la distribution | 18h | 18h |
| | E-commerce et marketing digital | 18h | 18h |
| | Stratégie de communication | 10h | 8h |
| UE 3.3 | Méthodologie de stage et recherche d'emploi | | 10h |
| | Méthodologie de recherche | 10h | 8h |
| | Projet collectif | 14h | 14h |

Semestre 4

| | Intitulé de l'enseignement | CM | TD |
|--------|--|-----|-----|
| UE 4.1 | Outils de gestion appliqués à la distribution | 10h | 8h |
| | Distribution responsable et RSE/RSO | 10h | 8h |
| | Masterclass | 8h | 8h |
| UE 4.2 | English workshop in digital, distribution and services | | 20h |
| | Outils numériques et PAO | | 20h |
| | Droit du numérique, du commerce et de la distribution | 10h | 8h |
| UE 4.3 | Stage de 5 à 6 mois | | |
| | Mémoire professionnel | | |

(sous réserve de modification)

Accueil des étudiants en situation de handicap

S'adresse à tout étudiant ou futur étudiant qui rencontre des besoins spécifiques, temporaires ou permanents, liés à un handicap ou à une maladie invalidante.

Contact

51 place du Préau
10901 Troyes Cedex 9
03.25.80.91.91

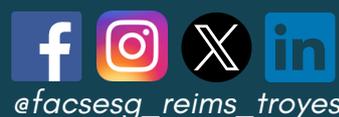
sesg.master-mvtroyes@univ-reims.fr

Alternance et formation continue :
sesg.formation-continue@univ-reims.fr



<https://www.univ-reims.fr/ufrsesg>

OFFRE
DE FORMATION



@facesg_reims_troyes