

Université de Reims Champagne-Ardenne

Faculté des Sciences Economiques, Sociales et de Gestion

# MASTER MARKETING, VENTE

## DISTRIBUTION ET SERVICES

### Présentation

La mention de Master « Marketing, vente » parcours type « Distribution et services » est une formation en deux ans qui permet à des étudiants titulaires d'une Licence d'acquérir progressivement une spécialisation dans les secteurs de la distribution et des services. La première année de master 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 étudiants quel que soit leur parcours initial d'acquérir l'intégralité des compétences marketing.

Le semestre 3 de la seconde année du master est basé sur des compétences en comportement du consommateur, sociologie, éthique du marketing puis le semestre 4 spécialise les étudiants selon le parcours et des UE spécifiques au secteur d'activités sont enseignées (géomarketing, merchandising, développement international, ...).

Les modules du semestre 4 sont tournés vers l'entreprise et mettent les étudiants dans des situations concrètes et opérationnelles. Ils sont amenés à travailler sur des cas réels d'entreprise ce qui leur permet de développer à la fois des connaissances professionnelles et de se construire un réseau utile pour la recherche de leur stage et de leur orientation professionnelle.

Ces deux semestres sont condensés durant la période de septembre à mi-janvier.

## Compétences acquises à l'issue de la formation :

Les étudiants de la mention de Master « Marketing, vente » parcours type « Distribution et services » vont acquérir à la fois des compétences théoriques et pratiques : connaître le marché de la distribution et des services et être capable d'utiliser les outils d'analyse adaptés ; savoir élaborer un budget et mettre en place une stratégie marketing et de communication ; pouvoir proposer des plans d'actions ; savoir travailler en équipe et manager les conflits interpersonnels ; être capable de négocier avec des acheteurs et/ou des clients et s'adapter rapidement aux changements liés aux exigences de la clientèle de ce secteur.

### **Modalités d'enseignement :**

En présentiel. En formation initiale et en formation continue. Possibilité de contrat de professionnalisation.

### **Stages et projets tuteurés :**

Un stage de 2 à 4 mois est prévu au semestre 2 et un stage de 6 mois au semestre 4 qui valide l'intégration professionnelle des étudiants.

Un projet collectif est réalisé au semestre 4, pouvant par exemple consister dans l'organisation d'un voyage d'études ou bien d'études de marché pour le compte des entreprises.

## Prérequis

### **Prérequis obligatoires :**

Les étudiants doivent avoir acquis des connaissances multiples et générales en économie, en gestion, en droit et si possible en marketing fondamental. Un niveau en anglais B2 est obligatoire ainsi que le C2i1. Des capacités d'analyse mais aussi de rédaction sont nécessaires pour intégrer ce master.

### **Prérequis recommandés :**

Des connaissances en management et en particulier sur les stratégies d'entreprises sont fortement recommandées ainsi que sur les problèmes économiques contemporains. Des expériences professionnelles dans le domaine des services et de la distribution sont également appréciées.

## Et après...

**Poursuites d'études envisageables :** Doctorat en Sciences de Gestion.

**Débouchés :** Responsable Marketing : M1705 ; Responsable de la relation clientèle M1704 ; Chef de produit M1703 ; Chargé d'études en marketing : M1403 ; Directeur des ventes M1706 ; Directeur commercial 1707.

→ Retrouvez toutes les informations sur les anciens diplômés (carrières, métiers, salaires, opinions sur la formation) sur le site de la faculté.

## Informations pratiques

**Les enseignements se tiennent à Troyes sur le campus des Comtes de Champagne.**

### **Coordonnées de la Faculté :**

Faculté des sciences économiques, sociales et de gestion  
57, rue Pierre Taittinger, 51571 Reims Cedex  
info.sesg@univ-reims.fr - www.univ-reims.fr/ufrsesg/

### **Coordonnées du secrétariat :**

Faculté des sciences économiques, sociales et de gestion  
Hôtel-Dieu-le-Comte, place du Préau, 10091 Troyes Cedex  
sesg.master-mvtroyes@univ-reims.fr - 03.25.80.98.91

Le master M.V. peut être suivi au titre de la formation initiale et de la formation continue.

### **Pour tout renseignement concernant la formation continue :**

Yanna Abati - Bureau 3115 - formation.continue-sesg@univ-reims.fr  
Faculté des Sciences Economiques, Sociales et de Gestion  
Service de la formation continue - 03.26.91.89.35

## Renseignements et candidature

Tous les masters proposés par la faculté S.E.S.G. sont répertoriés sur le site national « trouvermonmaster.gouv.fr ». Les formations y sont présentées de manière homogène et chaque fiche de master propose une description de la filière, les mentions de licence conseillées pour postuler, le nombre de places, le calendrier à suivre, la description des éventuels parcours-types.

Les dossiers de candidatures sont dématérialisés ; ils sont à déposer en ligne sur le site de l'université (www.univ-reims.fr) via l'application informatique « e-candidat » accessible à partir du site trouvermonmaster.gouv.fr.

## Programme des études

### Semestres 1 et 2

Stratégie d'entreprise	Marketing des services
Stratégie marketing	Marketing du luxe
Approches économiques des organisations	Marketing digital
Etudes de marché et production de l'information	Branding management
Analyses de données quantitatives	Distribution
Analyse qualitatives	Communication
Communication professionnelle en anglais 1	Communication professionnelle en anglais 2
Informatique appliquée au marketing 1	Informatique appliquée au marketing 2
Outils de gestion appliqués en marketing	Négociation commerciale
Méthodologie de recherche de stage	Sociologie de la consommation
Initiation à la recherche en marketing	Comportement du consommateur
Techniques de vente	Marketing international et géopolitique
Découverte des métiers	Méthodologie du stage ; stage (2 mois)
Management de projet	

### Semestres 3 et 4

Sociologie de la consommation et des usages	Droit commercial et de la distribution
Méthodes d'études et de recherche avancées	Merchandising
Consommation et résistances	Développement international
Consommation et marges	Management des acteurs et négociation
Marketing éthique et éthique du marketing	Géomarketing
Communication publique et politique	Marketing expérientiel
Droit du consommateur	Supply chain management
Gestion de projet / Projet de groupe	Marketing des services et de la distribution
Comportement du consommateur	Gestion de la relation client
Recherches appliquées en marketing	Politique de communication et promotion
Business communication	Marketing digital et e-commerce
Mémoire professionnel	Méthodologie du stage ; stage (4 à 6 mois)

Pour plus d'informations, scannez ce code :

