

Master (M2) mention Marketing, Vente parcours type Marketing, Distribution & Business

Marketing, vente



Niveau d'étude visé
BAC +5



Diplôme
Master (LMD)



Domaine(s)
d'étude
Marketing



Accessible en
Formation
continue,
Formation en
alternance, VAE



Établissements
Université
Toulouse
Capitole

Présentation

Code RNCP : 35907

Le Master 2 Marketing, Distribution & Business vise à former des spécialistes du marketing de la distribution physique et digitale. Son contenu correspond aux attentes des acteurs de la distribution et aux mutations en cours dans ce secteur.

En complétant le plus étroitement possible la formation "terrain" acquise progressivement dans l'entreprise, les enseignements du domaine technique et professionnel ont pour objectif la maîtrise des connaissances fondamentales et l'acquisition du savoir-faire "métier". Il forme également à la gestion de la qualité, à la mise en valeur de l'offre et à la capacité à analyser des chiffres et à savoir prendre des décisions.

Témoignage : "Cette formation nous permet d'acquérir des compétences en marketing, mais aussi tout ce qui est commerce et distribution (négociation, supply chain) dans la grande mais aussi la petite distribution", Julia Borde, alternante chargée de mission marketing, communication et base de données à l'Enseigne Médical Lafayette.

Spécificités

Le Master 2 Marketing, Distribution & Business est proposé dans le cadre d'un partenariat entre TSM et B2M (Business Management Montauban) de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Tarn et Garonne. Les cours ont lieu en partie à

Toulouse à TSM, et en partie à Montauban, dans les locaux de B2M.

Ce master est proposé en alternance (contrat de professionnalisation et contrat d'apprentissage) et en formation continue.

Objectifs

À la fin du parcours complet (Master 1 et Master 2), les diplômés sont capables de :

- * Manager des équipes
- * Analyser des données en vue de leur exploitation
- * Mettre en œuvre une stratégie marketing
- * Gérer, évaluer et savoir contractualiser des éléments budgétaires et financiers
- * Savoir gérer des projets
- * Gérer le niveau de qualité
- * Savoir gérer la commercialisation de PGC

Admission

Conditions d'admission

Profils : diplômé de niveau bac+4 (240 ECTS) ou bénéficiaire d'une Validation d'Acquis Professionnels (VAP).

Modalités de recrutement : examen du dossier de candidature et entretien éventuel.

Inscription

Retrouvez toutes les informations (dates et procédures) sur les candidatures au [Master 2 Marketing, Distribution & Business](#) sur le site de Toulouse School of Management.

Et après...

Insertion professionnelle

Les diplômés peuvent exercer des métiers tels que :

- * Responsable de rayons
- * Responsable de magasin
- * Category manager
- * Chef de secteur

Les diplômés peuvent également poursuivre leurs études par un [doctorat en Marketing](#).

Contact(s)

Autres contacts

Contact scolarité

Contact TSM

m2.marketingdistribusiness@tsm-education.fr

Contact B2M

Angélique BARRA

a.barra@cci-formation.fr

Infos pratiques

Lieu(x)

 Toulouse

Programme

Organisation

L'équipe pédagogique se compose d'enseignants-chercheurs et de professionnels.

Durée : 457 heures

Rythme de formation : 1 semaine en formation et 3 semaines en entreprise, d'octobre à juin.

La formation comprend 8 blocs de compétences:

SEMESTRE 3

Bloc 1 - S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques

- * Stratégie de distribution connectée
- * Stratégie crosscanal
- * Marketing des services
- * Analyse des données de panels
- * Fixation des prix, analyse des données

Bloc 2 - Communiquer en contexte professionnel

- * Conférences thématiques (mutation de la grande distribution, attentes RSE des clients, nouveaux comportements du consommateur...)
- * Anglais management

Bloc 3 - Elaborer une vision stratégique en Marketing-vente

- * Business models
- * Politique produit et packaging
- * Gestion de la marque
- * Politique de communication
- * Marketing sensoriel

Bloc 4- Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en marketing-vente

- * Gestion flux financiers
- * Gestion des stocks

Bloc 5- Mettre en oeuvre des règles, des normes et des démarches qualité en marketing-vente

- * Traçabilité
- * Normes
- * Supply chain
- * Droit du travail
- * Droit commercial

Bloc 6- Développer une culture managériale et organisationnelle

- * Qualité de vie au travail
- * Gestion du changement
- * Management des équipes
- * Management de la relation client

- * Techniques de négociations

Bloc 7- Piloter la stratégie de distribution

- * Category management
- * Design et politique de création des points de vente
- * Merchandising

SEMESTRE 4

Bloc 8- Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

- * Méthodologie mémoire
- * Réalisation mémoire

Méthodes et moyens pédagogiques

Pour une formation en présentiel, l'enseignement est adapté au nombre d'étudiants admis en Master. A côté des enseignements théoriques dispensés par les enseignants, l'intervention de professionnels permet une approche pratique et concrète des thématiques étudiées. L'étudiant a également un accès libre aux diverses ressources universitaires : salles informatiques, laboratoires de langues ou service commun de la documentation.