

Directeurs de la mention

Dominique CRIÉ
Annabel MARTIN-SALERNO

Responsable de la formation

Laurent CARPENTIER

Gestionnaire de scolarité

Justine ROUSSEAU
master-mb2@iaelille.fr

CONDITIONS D'ADMISSION

MASTER 1

FORMATION INITIALE OU ALTERNANCE

(contrat d'apprentissage et contrat de professionnalisation)
Etre titulaire d'une Licence ou Bac+3 (180 crédits ECTS), écoles d'ingénieurs, école de commerce, ou équivalent.

MASTER 2

FORMATION INITIALE OU ALTERNANCE

(contrat d'apprentissage et contrat de professionnalisation)
Etre titulaire d'un Master (60 crédits ECTS pour le M1), écoles d'ingénieurs, école de commerce, ou équivalent.

FORMATION CONTINUE

Les procédures de Validation des Acquis (VAE / VAP)* sont ouvertes pour le public formation continue, possibilité de contrats de professionnalisation.

Renseignements et conseils :

Virginie Stride,
Conseiller en Formation Continue
03 20 12 34 39
virginie.stride@univ-lille.fr

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Dirigeant de PME/PMI,
Responsable ou Directeur Marketing,
Directeur de division,
Chargé d'affaires,
Chef de secteur,
Chargé de clientèle,
Ingénieur d'affaires,
Responsable grands comptes,
Chargé de développement de marchés Internationaux,
Chef des ventes,
Business Manager,
Chef de projet,
Commercial,
Commercial Grands comptes,
Acheteur,
Gestion des approvisionnements, etc.

UNIVERSITÉ DE LILLE

L'Université de Lille figure, depuis le 1^{er} janvier 2018, parmi les plus grandes institutions françaises de recherche et d'enseignement supérieur. Elle revendique à la fois un ancrage territorial fort et une démarche de responsabilité sociale assumée, dans la Métropole européenne de Lille (MEL) et les Hauts-de-France, ainsi qu'une ambition de rayonnement et d'impact à l'échelle internationale.

L'intégration de quatre écoles aux côtés des 11 facultés, écoles et instituts de l'Université de Lille depuis le 1^{er} janvier 2022 – École Nationale Supérieure des Arts et Industries Textiles (ENSAIT), École Nationale Supérieure d'Architecture et de Paysage de Lille (ENSAPL), École Supérieure de Journalisme de Lille (ESJ), Sciences Po Lille –, s'appuie sur une ambition partagée à l'excellence scientifique, à l'innovation technologique, au développement socio-économique et à l'épanouissement de celles et ceux qui y travaillent et y étudient. L'Université de Lille ainsi constituée se veut une Université au cœur des transitions globales.

Inspirons demain !



Document non contractuel

ÉTUDIER À L'IAE LILLE

Au cœur d'une grande métropole, où il fait bon vivre et étudier et au sein d'une grande université, l'**IAE Lille University School of Management** est née de la volonté de rassembler toutes les forces en enseignement et en recherche dans les disciplines des sciences du management.

Cette **grande école publique de management** se distingue par son impact et son caractère transdisciplinaire sur tout le territoire des Hauts-de-France.

L'IAE Lille University School of Management c'est aujourd'hui...

4000 Etudiants en Formation Initiale | Continue | Alternance
135 Enseignants-chercheurs
550 Intervenants professionnels
3 Sites : Vieux-Lille | Moulins | Roubaix

Service Communication IAE Lille | Imprimerie IAE Lille | Décembre 2022



MASTER
MARKETING VENTE

M1-M2 MB2i
MARKETING
BUSINESS TO BUSINESS
INTERNATIONAL
ET INNOVATION

IAE Lille
University school of management
UNIVERSITÉ DE LILLE - IAE FRANCE
www.iaelille.fr | contact@iaelille.fr

Site Vieux-Lille (Siège)
104, avenue du Peuple Belge
59043 Lille Cedex
+33 3 20 12 34 50

M1-M2 MCC Marketing Communication Culture
M1-M2 MDD Marketing direct et digital
M1-M2 SMRC Stratégie marketing et relation client

M1-M2 MB2i Marketing BtoB international et innovation

M1-M2 MDS Marketing et data science

M1-M2 MB2i MARKETING BUSINESS TO BUSINESS INTERNATIONAL ET INNOVATION

La spécificité du Master MB2i est d'avoir un positionnement multidimensionnel à savoir : Marketing stratégique et opérationnel appliqué au contexte Business to Business, gestion de l'innovation et lancement de nouveaux produits/services, et internationalisation des marchés

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Master MB2i a pour objectif de former des cadres disposant des compétences nécessaires à l'ouverture et au développement de nouveaux marchés. Depuis son ouverture, le diplôme a acquis une excellente notoriété internationale (nombreuses candidatures provenant de l'étranger (Allemagne, Grèce, Pérou, Pologne, Roumanie, Russie, Tunisie, Maroc, Vietnam, Chine, Ukraine, Moldavie, etc.).

La promotion est principalement composée d'étudiants issus de formations de commerce et gestion et d'étudiants scientifiques ; à titre exceptionnel, d'autres formations (Droit, LEA, etc.).

Nombre de candidatures : 400 en M1 et 100 en M2.

ORGANISATION DE LA FORMATION

Les enseignements s'articulent autour de la connaissance et de la compréhension du marketing B to B et de son opérationnalisation, du comportement de l'acheteur et du consommateur industriel, de la veille technologique, du management de l'innovation, d'une culture scientifique générale et d'une culture internationale forte.

Des projets d'étude et de recherche seront également menés sur des thématiques Marketing-Vente en B to B.

Il est recommandé que le stage de 4 mois à 6 mois s'effectue à l'étranger.

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

MASTER 1 - MB2i Semestre 1

BCC 2 Développer la digitalisation en entreprise des offres (produits et services, plateformes) et des processus (production client, commercialisation, communication, d'innovation)

UE Marketing stratégique et digital
- Approches et diagnostic du marketing stratégique
- Choix stratégiques et digitaux

BCC 4 Mesurer, concevoir, alimenter et contrôler un système de connaissance du marché, des clients et des parties prenantes en lien avec la stratégie des organisations et des performances

UE Techniques d'études de marché et Marketing spécifiques
- Études de marché et analyse de contenu déclaratif
- Analyse quantitative des données
- Négociation et Distribution B-to-B

BCC 5 Communiquer et persuader pour obtenir un changement attitudinal et comportemental

UE Comportement des acheteurs et consommateurs
- Comportements et expériences d'achat
- Consommation, culture et nouvelles tendances

UE Langues
- Anglais
- Espagnol ou Allemand

BCC 6 Manager l'innovation, intégrer les résultats de la Recherche

UE Initiation à la recherche en Marketing
UE International Marketing (Anglais)

BCC 7 S'adapter et développer les compétences métiers et postures au travail et savoir animer, conseiller et fédérer pour développer l'expérience client, l'expérience collaborateur et la culture managériale et organisationnelle

UE Projet étudiant

MASTER 1 - MB2i Semestre 2

BCC 5 Communiquer et persuader pour obtenir un changement attitudinal et comportemental

UE Langues
- Anglais
- Espagnol ou Allemand

BCC 6 Manager l'innovation, intégrer les résultats de la Recherche

UE Recherche en marketing
- Rôles, approches et méthodes de recherche en marketing
- Analyse quantitative des données

UE Environnements
- Éthique, Économie circulaire et responsable
- Droit du marketing et Protection des données

UE Gestion de l'innovation
- Management de l'innovation, Open Innovation et Disruption
- Gestion de projets innovants

BCC 7 S'adapter et développer les compétences métiers et postures au travail et savoir animer, conseiller et fédérer pour développer l'expérience client, l'expérience collaborateur et la culture managériale et organisationnelle

UE Projet étudiant

BCC 15 Développer un cadre conceptuel et une approche opérationnelle en BtoB.

UE Marketing stratégique BtoB
- Stratégie Marketing BtoB International
- E-Marketing

MASTER 2 - MB2i Semestre 3

BCC 1 Élaborer une stratégie marketing-vente
UE Fondamentaux du Branding (UE en Blended Learning)
UE Branding Management

BCC 3 Concevoir, piloter et orchestrer des plans d'action, des processus, des solutions de gestion et des ressources (humaines, financières, matérielles...)

UE Projets marketing d'études et recherche
- Gestion de projets Marketing
- Projets, Management et Leadership

BCC 5 Communiquer et persuader pour obtenir un changement attitudinal et comportemental

UE Langues
- Anglais
- Espagnol ou Allemand

BCC 6 Manager l'innovation, intégrer les résultats de la Recherche

UE Innovation et environnement juridique
- Management de l'innovation, Open Innovation et Disruption
- Propriété Industrielle

BCC 14 Analyser des marchés et segments professionnels

UE Gestion des affaires
- Gestion et contrôle budgétaire
- Gestion de projets BtoB

MASTER 2 - MB2i Semestre 4

BCC 6 Manager l'innovation, intégrer les résultats de la Recherche
UE Analyse des marchés BtoB
- Management de l'innovation, Open Innovation et Disruption
- Dimension internationale des marchés BtoB

BCC 7 S'adapter et développer les compétences métiers et postures au travail et savoir animer, conseiller et fédérer pour développer l'expérience client, l'expérience collaborateur et la culture managériale et organisationnelle

UE Professionnalisation
- Alternance et Professionnalisation
- Méthodologie et mémoire de fin d'études

BCC 14 Analyser des marchés et segments professionnels

UE Marketing stratégique BtoB et opérationnel
- Stratégie Marketing BtoB International
- Distribution internationale

BCC 15 Développer un cadre conceptuel et une approche opérationnelle en BtoB

UE Opérationnalisation du Marketing BtoB International
- Communication BtoB Internationale
- Stratégie de lobbying
- Communication de crise