

#### Directrice de la mention

Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ

#### Responsables de la formation

Fatima REGANY (FA) et Pascaline DEFIVES (FI)

#### Gestionnaires de scolarité

**M1-FA** Catherine DENNECKER

m1-cd-fa@iaelille.fr

**M1- FI** Catherine DUFAY

m1-cd-fi@iaelille.fr

**M2-FA** Maeva COUPIN

m2-cd-fa@iaelille.fr

**M2-FI** Ingrid DELERUE

m2-cd-fi@iaelille.fr

## MODALITÉS D'ADMISSION

### Pré-requis :

Être titulaire d'un Bac +3 (180 ECTS acquis en post-bac ou 240 pour une entrée en M2) en gestion, économie-gestion, économie, AES, Langues étrangères appliquées, MASS, psychologie, ...

### Admissibilité prononcée sur :

Inscription obligatoire via l'espace candidats du site iaelille.fr  
Projet professionnel en adéquation avec la formation.

Une 1<sup>re</sup> expérience dans le secteur de la distribution (stage, job étudiant...) est un plus.

Maîtrise suffisante de la langue anglaise.

### Admission sur entretien.

## ORGANISATION DE LA FORMATION

La formation est proposée en formation initiale et en apprentissage.  
Le contrat d'apprentissage est de 24 mois.

### FORMATION INITIALE

- Master 1 :** Cours de septembre à avril.  
Stage de 4 mois minimum à partir d'avril.  
Pas de cours le vendredi (possibilité de job étudiant).
- Master 2 :** Enseignements de septembre à fin février.  
Stage de 5 mois minimum à partir de mars.

### FORMATION PAR APPRENTISSAGE

- Master 1 :** 2 semaines en entreprise / 2 semaines à l'Université à partir d'octobre.
- Master 2 :** 3 semaines en entreprise/1 semaine à l'Université à partir d'octobre.

Le mois de septembre est dédié aux enseignements, en M1 et M2.

En master 1, le **Grand Oral** représente l'épreuve majeure et requiert des compétences d'analyse, de communication et la connaissance des problématiques du secteur de la distribution. Un **mémoire de recherche** individuel, élaboré à partir d'une problématique managériale, conclut l'année de master 2.

La formation comporte aussi un certain nombre de **projets** collectifs qui développent les compétences organisationnelles et relationnelles, en plus des compétences en marketing.

## UNIVERSITÉ DE LILLE

Université européenne de référence, reconnue pour l'excellence de sa recherche et de sa formation, l'Université de Lille fait de la réussite étudiante une de ses préoccupations majeures et place l'insertion professionnelle au cœur de son engagement. Adossée à une recherche de pointe, son offre de formation se veut en phase avec les évolutions des mondes socio-économique et socio-professionnel afin de contribuer aux grandes transitions de notre société et préparer chacune et chacun, tout au long de sa vie, aux compétences et métiers de demain.

Composée depuis 2022 de 11 composantes et 4 écoles partenaires : ENSAIT, ENSAPL, ESJ Lille, Sciences Po Lille, l'Université de Lille est un acteur des écosystèmes du territoire par les nombreux partenariats qu'elle noue, au profit de ses étudiants et personnels. Les 6 500 professionnels et intervenants externes qui s'impliquent dans les activités pédagogiques, le développement de chaires et de coopérations pour accompagner les transitions dans toutes leurs formes, sont autant d'exemples de la dynamique engagée.

*inspirons demain !*

## ÉTUDIER À L'IAE LILLE

École de management de l'Université de Lille et membre du réseau IAE France (38 écoles), l'IAE Lille University School of Management combine les avantages d'une école aux valeurs de l'Université. Elle forme des **cadres de haut niveau, rapidement opérationnels et aux carrières évolutives**, dans tous les métiers de l'entreprise (management, gestion, audit, contrôle, comptabilité, finance, RH, communication, commerce, distribution, achats, marketing...).

Elle accueille chaque année plus de 4000 étudiants en alternance, formation initiale ou continue, dans ses parcours de licence, master ou doctorat. Les savoirs diffusés sont enrichis par la recherche appliquée, en relation avec les entreprises, leurs pratiques et leurs objectifs de gestion. Cette étroite collaboration permet une évolution constante de nos formations et un enrichissement permanent de nos compétences.

*look beyond*



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

**Site Roubaix**  
651, avenue des Nations Unies  
59100 Roubaix  
+33 3 20 73 08 05



**M1-M2 MD** Management de la distribution

**M1-M2 MKDi** Marketing du distributeur international

**M1-M2 CDC** Commerce et distribution connectés

**M1-M2 RSC** Retailing supply chain

**M1-M2 MDS** Etudes, recherche et conseil en marketing, consommation et distribution

# M1-M2 MKDi MARKETING DU DISTRIBUTEUR INTERNATIONAL

*Le parcours Marketing du distributeur international s'inscrit dans le champ du développement d'activités et de marchés dans le secteur de la distribution.*

*Il concerne les marchés de l'alimentaire comme du non-alimentaire, appréhendés à une échelle mondiale.*

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le parcours Marketing du Distributeur International forme à l'élaboration des stratégies marketing et à la construction et la gestion des gammes et des marchés.

Cette élaboration s'inscrit dans une triple perspective :

- **une perspective omnicanale**, qui articule le Off line et le On line,
- **une perspective globale**, puisque les marchés sont aujourd'hui globaux,
- **une perspective flexible**, parce que les marchés nécessitent aussi des approches spécifiques.

## DÉBOUCHÉS DE LA FORMATION

Les diplômés du parcours Marketing du Distributeur International intègrent les centrales d'achat des enseignes mais aussi les sièges des fournisseurs de la grande distribution. Les principaux postes occupés par les jeunes diplômés sont : Chef de produit, chef de marché, category manager, acheteur, gestionnaire approvisionnement, merchandiser, responsable de l'expérience client, responsable pricing, chargé (e) de la promotion des ventes spécialité marketing.

## PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

### MASTER 1 - MKDi

### Semestre 1

- BCC 1** Etudier les marchés internationaux, les consommateurs et l'offre
- UE** **Consommateurs et marchés**
- Analyse du marché
  - Comportement du consommateur
  - Construction de l'offre
  - Marketing soutenable et économie circulaire
- BCC 4** Optimiser les comportements organisationnels et les innovations sociales
- UE** **Comportements organisationnels**
- Management des ressources humaines
  - Défis sociétaux et organisations
- BCC 5** Gérer la performance des unités commerciales phygiales
- UE** **Performance**
- Contrôle de gestion
  - Audit de la performance commerciale
  - Anglais
- BCC 7** Valoriser sa formation
- UE** **Projet étudiant**
- Talent et carrière
  - Cours à choix (Anglais intensif, histoire du commerce, tableau avancé, langage multimédia)

### MASTER 1 - MKDi

### Semestre 2

- BCC 1** Etudier les marchés internationaux, les consommateurs et l'offre
- UE** **Consommateurs et marchés**
- Clients et distributeurs
  - Anglais
- BCC 2** Piloter le sourcing et la retail supply chain
- UE** **Achats et Supply**
- Management de la supply chain
  - Négociation et stratégie achats
- BCC 3** Concevoir et piloter la transformation digitale et l'innovation stratégique
- UE** **Innovation stratégique et digitale**
- Stratégie des organisations et RSE
  - Marketing Digital
- BCC 4** Optimiser les comportements organisationnels et les innovations sociales
- UE** **Comportements organisationnels**
- Communication relationnelle
- BCC 5** Gérer la performance des unités commerciales phygiales
- UE** **Performance**
- Promotion des ventes
- BCC 6** S'initier à la recherche
- UE** **Recherche**
- Méthodologie du grand oral
  - Grand Oral
- BCC 7** Valoriser sa formation
- UE** **Professionalisation**
- Apprentissage
  - Challenge Commerce et Distribution
  - Voyage d'études
  - Journée des apprentis

### MASTER 2 - MKDi

### Semestre 3

- BCC 1** Etudier les marchés internationaux, les consommateurs et l'offre
- UE** **Consommateurs et marchés**
- Marketing 4.0 du distributeur
  - Anglais
- BCC 3** Concevoir et piloter la transformation digitale et l'innovation stratégique
- UE** **Innovation stratégique et digitale**
- Business Models innovants et soutenables
  - Entreprendre
  - Gestion de projet
- BCC 4** Optimiser les comportements organisationnels et les innovations sociales
- UE** **En langue anglaise**
- leadership and team dynamics
  - Intercultural management
  - Management des dynamiques de transition
- BCC 6** S'initier à la recherche
- UE** **Recherche**
- Méthodologie du mémoire
  - Pratiques de recherche
- BCC 7** Valoriser sa formation
- UE** **Projet étudiant**
- Design thinking & innovation managériale

### MASTER 2 - MKDi

### Semestre 4

- BCC 1** Etudier les marchés internationaux, les consommateurs et l'offre
- UE** **Consommateurs et marchés**
- Retail branding
  - Géopolitique et relations internationales
  - Stratégie internationale des distributeurs
- BCC 5** Gérer la performance des unités commerciales phygiales
- UE** **Performance**
- Gestion de l'offre
  - Droit produits et marques
  - Business game
  - Stratégie communication média
- BCC 6** S'initier à la recherche
- UE** **Recherche**
- Etudes quantitatives
  - Etudes qualitatives
  - Mémoire
- BCC 7** Valoriser sa formation
- UE** **Professionalisation**
- Apprentissage
  - Développer ses réseaux professionnels
  - Research Day