

**Directrice de la mention**  
Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ

**Responsable de la formation**  
Marie BECK

**Gestionnaires de scolarité**  
M1-FA

Catherine DENNECKER  
m1-cd-fa@iaelille.fr

M2-FA  
Isabelle Vercruyssen  
m2-cd-fa@iaelille.fr

## DÉBOUCHÉS DE LA FORMATION

Les diplômés du master CDC accèdent à des **postes à responsabilité dans les grandes entreprises de la distribution** (Auchan, Leroy Merlin, Décathlon, La Redoute...) mais aussi dans des start-up supports de l'écosystème de la distribution.

Les postes occupés et missions proposées sont relatifs à l'ensemble de la chaîne du commerce connecté :

- Chargé de référencement,
- Chargé d'expérience client omnicanal,
- Traffic manager,
- Community manager,
- Chargé de relation client digitale ou omnicanal,
- Chargé de e-reputation,
- Chargé d'animation des leviers digitaux (site internet et application),
- E-merchandiser
- Web analyste...

## ORGANISATION DE LA FORMATION

Le master CDC se déroule sur deux années sur le site « Roubaix » de l'IAE Lille University School of Management.

La formation est proposée en apprentissage sur 24 mois.

### Rythme d'alternance :

2 semaines en entreprise – 1 semaine à l'Université à partir d'octobre.

En M1, le mois de septembre est dédié aux enseignements.

### Pour les 2 années :

35% du temps école – 65% du temps en entreprise

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.

**En appui** : certains cours sont digitalisés et proposés sur Moodle. Des supports de cours tels que des vidéos, livres et articles scientifiques sont proposés pour chaque cours.

## 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 CDC COMMERCE ET DISTRIBUTION CONNECTÉS

*Le parcours Commerce et Distribution Connectés (CDC) ouvre sur des métiers du digital variés, qui s'exercent dans les services marketing des enseignes de la distribution comme chez leurs fournisseurs (start-ups ou grandes entreprises)*

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le parcours Commerce et distribution connectés (CDC) a pour objectif d'apporter des connaissances fondamentales sur les stratégies de commerce connecté en ligne ou phygitalisés. Le master forme les étudiants notamment à la conception des stratégies omnicanales et phygitalisées et développe les capacités à collecter et analyser des données de masse et à les exploiter dans une perspective de relation client. A l'issue des 2 années de formation, l'étudiant sera notamment capable de :

- **définir une stratégie omnicanale cohérente**, qui articule un plan e-merchandising, un plan de référencement et un plan de communication digitale,
- **mettre en place des moyens opérationnels** afin d'optimiser l'expérience client omnicanale et phygitale via des supports d'achat et de vente technologiques
- **collecter de la donnée client**, l'analyser et proposer des recommandations adaptées.

## 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...

- Projet professionnel en adéquation avec la formation.
- Une 1<sup>re</sup> expérience dans le secteur du commerce et de la distribution connectés, du e-commerce ou de la phygitalisation est un plus.
- Niveau académique suffisant en gestion.
- Niveau d'anglais satisfaisant (équivalent A2) est un plus.

## PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

MASTER 1 - CDC		Semestre 1
BCC 1	Etudier les marchés internationaux, les consommateurs et l'offre	
<b>UE</b>	<b>Consommateurs et marchés</b>	
	- Consumer Behavior (EN)	
BCC 3	Concevoir et piloter la transformation digitale et l'innovation stratégique	
<b>UE</b>	<b>Innovation stratégique et digitale</b>	
	- Stratégie du distributeur connecté	
	- Marketing digital	
BCC 4	Optimiser les comportements organisationnels et les innovations sociales	
<b>UE</b>	<b>Comportements organisationnels</b>	
	- Management des ressources humaines	
	- Anglais	
BCC 5	Gérer la performance des unités commerciales phygitalisées	
<b>UE</b>	<b>Performance</b>	
	- Audit de la performance commerciale	
	- Contrôle de gestion	
	- Big Data	
BCC 7	Valoriser sa formation	
<b>UE</b>	<b>Projet étudiant</b>	
	- Talent et carrière	
	- Cours à choix (Anglais intensif, histoire du commerce, tableur avancé, langage multimédia)	

MASTER 1 - CDC		Semestre 2
BCC 1	Etudier les marchés internationaux, les consommateurs et l'offre	
<b>UE</b>	<b>Consommateurs et marchés</b>	
	- Clients et distributeurs	
	- Anglais	
BCC 2	Piloter le sourcing et la retail supply chain	
<b>UE</b>	<b>Achats et Supply</b>	
	- Management de la supply chain	
	- Digital et Green Supply Chain	
BCC 3	Concevoir et piloter la transformation digitale et l'innovation stratégique	
<b>UE</b>	<b>Innovation stratégique et digitale</b>	
	- Stratégie des organisations et RSE	
	- SEM et Growth Hacking	
	- UX, UI Design et e-merchandising	
BCC 5	Gérer la performance des unités commerciales phygitalisées	
<b>UE</b>	<b>Performance</b>	
	- Sécurité des données et Privacy	
BCC 6	S'initier à la recherche	
<b>UE</b>	<b>Recherche</b>	
	- Méthodologie du grand oral	
	- Grand Oral	
BCC 7	Valoriser sa formation	
<b>UE</b>	<b>Professionnalisation</b>	
	- Apprentissage	
	- Challenge Commerce et Distribution	
	- Voyage d'études	
	- Journée des apprentis	

MASTER 2 - CDC		Semestre 3
BCC 1	Etudier les marchés internationaux, les consommateurs et l'offre	
<b>UE</b>	<b>Consommateurs et marchés</b>	
	- Marketing 4.0 du distributeur	
	- Relation Client (module digitalisé)	
	- Anglais	
BCC 3	Concevoir et piloter la transformation digitale et l'innovation stratégique	
<b>UE</b>	<b>Innovation stratégique et digitale</b>	
	- Business Models innovants et soutenables	
	- Gestion de projet	
	- Entreprendre	
	- Médias sociaux et e-réputation	
	- Gestion de trafics et de flux clients omnicanaux	
BCC 6	S'initier à la recherche	
<b>UE</b>	<b>Recherche</b>	
	- Méthodologie du mémoire	
	- Pratiques de recherche	
BCC 7	Valoriser sa formation	
<b>UE</b>	<b>Projet étudiant</b>	
	- Social vidéo	

MASTER 2 - CDC		Semestre 4
BCC 1	Etudier les marchés internationaux, les consommateurs et l'offre	
<b>UE</b>	<b>Consommateurs et marchés</b>	
	- Stratégie internationale des distributeurs	
BCC 3	Concevoir et piloter la transformation digitale et l'innovation stratégique	
<b>UE</b>	<b>Innovation stratégique et digitale</b>	
	- IA, technologies et marketing	
	- Nouvelles aides à la vente connectées	
	- Mobile IT	
	- Création d'univers en réalité augmentée ou virtuelle	
BCC 5	Gérer la performance des unités commerciales phygitalisées	
<b>UE</b>	<b>Performance</b>	
	- Web analyse	
	- Droit du commerce connecté	
	- Business game	
BCC 6	S'initier à la recherche	
<b>UE</b>	<b>Recherche</b>	
	- Etudes quantitatives digitales	
	- Etudes qualitatives	
	- Mémoire	
	- Recherche-Action	
BCC 7	Valoriser sa formation	
<b>UE</b>	<b>Professionnalisation</b>	
	- Apprentissage	
	- Développer ses réseaux professionnels	
	- Research Day	