

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

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



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 vise à former des cadres disposant des compétences nécessaires à l'ouverture et au développement de nouveaux marchés.

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.).

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 5 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
- Design 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