

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
Tél : 03 20 12 34 39
Mail : 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, etc.

UNIVERSITÉ DE LILLE 2022

Université européenne de référence, reconnue pour l'excellence de sa recherche et de sa formation, l'Université de Lille place l'étudiant au cœur de ses préoccupations pour favoriser son implication et sa réussite. Adossée à une recherche de pointe, son offre de formation est en phase avec les évolutions des mondes socio-économique et socio-professionnel afin de contribuer aux grandes transitions de notre société et préparer chacun, tout au long de sa vie, aux métiers de demain.

Depuis janvier 2022, l'École Nationale Supérieure des Arts et Industries Textiles (ENSAIT), l'École Supérieure de Journalisme de Lille (ESJ Lille), l'École Nationale Supérieure d'Architecture et de Paysage de Lille (ENSAPL), Sciences Po Lille et l'Université de Lille s'engagent, ensemble, dans la construction d'un nouvel établissement public. Attachée au modèle universitaire et à notre territoire, cette nouvelle entité conserve le nom d'Université de Lille. Cet ambitieux projet de service public proposera au plus grand nombre d'étudier, d'innover par l'expérimentation et la recherche, de travailler dans les meilleures conditions au sein d'infrastructures et de campus propices au bien-être et à l'épanouissement de tous.

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 2021



MASTER
MARKETING VENTE

M1-M2 MB2i
MARKETING
BUSINESS TO BUSINESS
INTERNATIONAL
ET INNOVATION

IAE Lille
University School of Management
UNIVERSITÉ DE LILLE - IAE FRANCE
contact@iaelille.fr | www.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 secteur 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. Ce diplôme a déjà conquis une excellente notoriété internationale (nombreuses candidatures provenant de l'étranger (Allemagne, Grèce, Pérou, Pologne, Roumanie, Russie, Tunisie, Maroc, Vietnam, Chine, Ukraine, Moldavie).

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, 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 - MDB2i		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	Professionalisation - Alternance et Professionalisation - 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	