

# ARRAS

## MASTER Les métiers du commerce, de la vente et du merchandising

**MASTER**  
**Économie Gestion**  
**Administration**  
**« métiers du**  
**management »**

### ▪ OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Master EGA « métiers du commerce, de la vente et du merchandising » se donne pour objectif principal de former de futurs cadres dans la spécialité qui demande une réelle compétence dans les domaines de la gestion et du commerce et non une simple compétence technique.

Le professionnel conçoit et met en œuvre l'organisation extérieure des points de vente (implantation, présentation) à partir de l'analyse des linéaires et de l'étude du comportement du consommateur. Il cherche à améliorer, dans l'intérêt du distributeur et du fournisseur, la rentabilité du linéaire et à satisfaire le consommateur en le guidant dans ses choix.

### ▪ COMPÉTENCES ACQUISES À L'ISSUE DE LA FORMATION

→ Les **connaissances** concernant les relations avec les clients, les déterminants des évolutions du comportement d'achat et leurs traductions en stratégies de marketing et en distribution moderne

→ Une culture générale permettant d'**analyser** et de **comprendre** les enjeux politiques et économiques d'un pays, de les traduire en stratégies de marketing et en distribution moderne

→ Développement des compétences nécessaires pour **concevoir** des systèmes de vente et de distribution en France et à l'étranger

### ▪ QUELS DÉBOUCHÉS APRÈS LE MASTER ?

RESPONSABLE DE SERVICE MARCHANDISAGE  
(merchandising)

CHEF DE DÉPARTEMENT  
(distribution)

ACHETEUR / ACHETEUSE  
(commerce)

ACHETEUR / ACHETEUSE CHEF DE PRODUIT  
(distribution)



**Faculté Économie**  
**Gestion Administration**  
**et Sciences Sociales**  
9 rue du Temple - BP 10665  
62030 ARRAS CEDEX  
Tél : 03 21 60 49 94  
[fegass@univ-artois.fr](mailto:fegass@univ-artois.fr)  
[www.univ-artois.fr](http://www.univ-artois.fr)



UNIVERSITÉ D'ARTOIS



ARRAS

## ■ CONDITIONS D'ACCÈS

### Master 1 :

- Licence Administration Économique et Sociale
- Licence de Sciences Économiques et de Gestion
- Validation d'études
- Validation d'acquis : VAP ou VAE (se rapprocher du SEPIA : [vae@univ-artois.fr](mailto:vae@univ-artois.fr))

### Master 2\* :

- Titulaire d'un Master 1 Économie Gestion Administration
- Validation d'acquis : VAP ou VAE (se rapprocher du SEPIA : [vae@univ-artois.fr](mailto:vae@univ-artois.fr))

\* Sous réserve d'acceptation du dossier

## ■ RYTHME DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE (Calendrier non contractuel)

Alternance en 2<sup>ème</sup> année (contrat de pro ou stage)

Université 37-38	Entreprise 39	Université 40	Entreprise 41	Université 42	Entreprise 43	Université 44	Entreprise 45	Université 46	Entreprise 47	Université 48	Entreprise 49	Université 50	Entreprise 51-52	Université 1	Entreprise 2	Université 3	Entreprise 4	Université 5	Entreprise 6	Université 7-8	Entreprise 9-10	Université 11-12	Entreprise 13-25	Université 26
------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	----------------	-----------------	------------------	------------------	---------------

Pour tout renseignement sur le contrat de professionnalisation, contacter le SEPIA : Catherine RIBU au **03 21 60 38 91** ou par mail : [contratdepro@univ-artois.fr](mailto:contratdepro@univ-artois.fr)

Le contrat de professionnalisation permet d'effectuer la formation alternativement en entreprise et à l'université. C'est un contrat de travail à durée déterminée ou indéterminée, qui offre une rémunération allant de 55% à 100% du SMIC, selon l'âge et le niveau de formation du candidat.

## ■ CONTENU DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE (en 2 ans)

### SEMESTRE 1

- Gestion des ressources humaines
- Économie industrielle
- Statistiques appliquées
- Anglais
- Évolution du marketing et consumérisme
- Logiciel de merchandising
- Communication et information sur le lieu de vente
- Relations juridiques distributeur / producteur
- Sémiologie et analyse de l'image
- Typologie politique des marchés et des produits marketing mix du fournisseur
- Zone de chalandise, attractivité et rentabilité du point de vente

### SEMESTRE 2

- Économie des organisations
- Droit social
- Anglais
- Agencement et design de l'environnement
- Offre de prix et de produits
- Gestion de la relation client
- Étude de coûts et optimisation des architectures logistiques
- Synthèse et étude de cas
- **Stage** de 10 semaines et rapport de **stage**
- Séminaire

### SEMESTRE 3

- Communication d'entreprise
- Audit et gestion des organisations
- Anglais
- Merchandising quantitatif
- Comportement du consommateur et achat interactif à distance
- Définition et spécificités du marketing industriel
- Marketing achat, processus et négociation achat, performance achat
- Segmentation produit et clarté de l'offre
- Marketing des services

### SEMESTRE 4

- Éthique et Économie
- Économie de l'innovation
- Anglais
- Données géographiques et informations merchandising
- Communication, élaboration de stratégies merchandising
- Analyse géostratégique du développement des produits
- Socio-économie de la consommation
- Audit du point de vente
- Caractéristiques culturelles des nations et implications marketing
- Mémoire et **stage**
- Séminaire

## ■ SEMAINE « JEU D'ENTREPRISE »

Cette semaine « jeu d'entreprise » se déroule en septembre avant le début des cours. Les étudiants de Master font vivre une entreprise en gérant les achats, les stocks, la comptabilité, les ressources humaines... La pédagogie est fondée sur l'autonomie, la mise en situation et le travail en équipe. L'objectif est aussi de favoriser l'intégration des étudiants venus d'horizons différents.

