

Économie
Gestion
Administration
Sciences
Sociales



MASTER

Marketing, Vente

Parcours Commerce & Merchandising

CONDITIONS D'ACCÈS

MASTER 1

Sous réserve d'acceptation du dossier

- Licence Administration Économique et Sociale
- Licence Économie et Gestion

MASTER 2

- Titulaire d'un Master 1 en Économie, Gestion, École de commerce, communication, LEA

FORMATION CONTINUE

Le Master est accessible aux salariés ou demandeurs d'emploi.

Contact :

Tél. 03 21 60 60 37

fcu-fare@univ-artois.fr

Ils peuvent faire reconnaître leur expérience pour intégrer le Master via la Validation des Acquis Professionnels et Personnels (VAPP) ou pour le valider via la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE) ou encore le parcours mixte.

Contact :

Tél. 03 21 60 60 59

fcu-pac@univ-artois.fr

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Nous formons des collaborateurs ayant de réelles capacités à la fois managériales, commerciales et en termes de gestion.

Au-delà des compétences techniques habituellement requises, nous cultivons et développons chez nos étudiants des compétences valorisées dans le monde de la distribution : polyvalence, autonomie, esprit d'entreprise, audace, créativité et sociabilité. Dans cette perspective, en marge des enseignements traditionnels assurés par une large majorité de collaborateurs professionnels d'enseignes partenaires et de marques fournisseurs, nous proposons à nos étudiants de nombreux dispositifs pédagogiques leur permettant d'exprimer leur créativité, leur capacité managériale et leurs talents : serious games, modules orientés compétences professionnelles et attitude, challenges commandés par les professionnels de la distribution ou les marques fournisseurs, sorties, etc.

LES COMPÉTENCES ACQUISES

À l'issue de la formation, les collaborateurs maîtrisent les compétences et savoirs liés à la relation client, tant Consommateur que Fournisseur. Ils intègrent les déterminants de l'évolution du comportement d'achat et leur traduction en stratégies marketing et merchandising. Ils détiennent et entretiennent une culture générale leur permettant d'analyser et comprendre les enjeux sociétaux nationaux et internationaux, et savent traduire ces derniers en termes de stratégies de marketing et de distribution moderne. Ils développent des compétences nécessaires pour concevoir des systèmes de vente et de distribution en France et à l'étranger qui intègrent les complémentarités existantes et potentielles entre les points de vente physiques et ceux virtuels.

LES DÉBOUCHÉS

Le Master forme de futurs cadres dans le domaine du commerce et de la distribution, aussi bien en Back Office (Merchandiser, Chef de secteur GMS, Category Manager) qu'en Front Office (Chef de Marché, Chef de Rayon).

Les professionnels que nous formons conçoivent et mettent en oeuvre l'organisation des points de vente (implantation, présentation) ou préconisent des solutions merchandising à leurs clients distributeurs à partir de l'analyse des linéaires et de l'étude du comportement du consommateur.



INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Le master est classé SMBG depuis 2013. Une majorité d'intervenants sont professionnels confirmés du secteur de la Distribution et du Commerce

En outre, l'orientation internationale du monde de la distribution et de la production nous conduit à proposer des enseignements à la fois en français et en anglais.

La professionnalisation constitue un axe majeur de notre politique. Proposé en alternance depuis sa création, le master Commerce et Merchandising fait la part belle à l'entreprise et au travail collaboratif.



LE RYTHME DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

Possibilité d'alternance en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation

Planning de la 1^{re} année (contrat alternance ou stage)

| |
|------------------|
| Entreprise 36-37 |
| Université 38 |
| Entreprise 39 |
| Université 40 |
| Entreprise 41 |
| Université 42 |
| Entreprise 43 |
| Université 44 |
| Entreprise 45 |
| Université 46 |
| Entreprise 47 |
| Université 48 |
| Entreprise 49 |
| Université 50-51 |
| Entreprise 52-53 |
| Université 1 |
| Entreprise 2 |
| Université 3 |
| Entreprise 4 |
| Entreprise 5 |
| Université 6 |
| Entreprise 7 |
| Université 8 |
| Entreprise 9 |
| Université 10 |
| Entreprise 11 |
| Université 12-13 |
| Entreprise 14-23 |
| Université 24-25 |

Planning de la 2^e année (contrat alternance ou stage)

| |
|------------------|
| Université 36-37 |
| Entreprise 38 |
| Université 39 |
| Entreprise 40 |
| Université 41 |
| Entreprise 42 |
| Université 43 |
| Entreprise 44 |
| Université 45 |
| Entreprise 46 |
| Université 47 |
| Entreprise 48 |
| Université 49 |
| Entreprise 50 |
| Université 51 |
| Entreprise 52-53 |
| Université 1 |
| Entreprise 2 |
| Université 3 |
| Entreprise 4 |
| Université 5 |
| Entreprise 6 |
| Université 7 |
| Entreprise 8 |
| Université 9 |
| Entreprise 10 |
| Université 11 |
| Entreprise 12 |
| Université 13 |
| Entreprise 14-24 |
| Université 25 |

(calendriers non contractuels)

Les contrats de professionnalisation et d'apprentissage sont des contrats de travail à durée déterminée ou indéterminée qui permettent d'effectuer la formation alternativement en entreprise et à l'université. Le contrat de professionnalisation offre une rémunération allant de 55 % à 100 % du SMIC, selon l'âge et le niveau de formation du candidat. Le contrat d'apprentissage offre une rémunération allant de 27 % à 100 % du SMIC, selon l'âge du candidat et l'année d'exécution du contrat. Les contrats en alternance vous donnent donc l'opportunité de vous former et d'acquérir simultanément une solide expérience qui facilitera votre insertion professionnelle.

LE PROGRAMME DE LA FORMATION

| SEMESTRE 1 | SEMESTRE 2 |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Théorie des organisations Modèles économiques et stratégies industrielles du retail Anglais Séminaires et Méthodologie de la recherche Projets consulting Marketing quantitatif Offre de produits offre de prix CLV/ILV Agencement et design de l'environnement commercial Macromerchandising niveau 1 Micromerchandising niveau 1 Positionnement et postures professionnelles | <ul style="list-style-type: none"> Manager ses équipes au quotidien : stratégies et outils Manager les parties prenantes internes de l'activité retail : approche juridique Anglais Séminaires et Méthodologie de la recherche Projets consulting Mémoire et stage Évolution du marketing et du consumérisme Approches métiers de l'activité retail GRC Typologie, politique des marchés Relations juridiques producteur/distributeur/client Macromerchandising niveau 2 Micromerchandising niveau 2 |
| SEMESTRE 3 | SEMESTRE 4 |
| <ul style="list-style-type: none"> Jeu d'entreprise Management stratégique Strategic retail management Anglais Séminaires et Méthodologie de la recherche Projets consulting Comportement du consommateur et achat interactif à distance Étude des coûts, optimisation et implication logistiques Stratégie merchandising omnicanal Pilotage d'un centre de profit Développement personnel, évolution professionnelle et gestion de carrière Segmentation produit et clarté de l'offre Socio-économie de la consommation | <ul style="list-style-type: none"> Éthique et Economie RSE et marketing 3.0 Anglais Séminaires et Méthodologie de la recherche Projets consulting Mémoire et stage Merchandising de gestion Socioéconomie de la consommation Negotiation/trade talk Elaboration des concepts merchandising Prospace merchandising |

CONTACT

Faculté d'Economie, Gestion, Administration et Sciences Sociales

Jérôme Longuépée

Responsable du Master Marketing, Vente parcours Commerce & Merchandising

jerome.longuepee@univ-artois.fr