

**MENTION MARKETING, VENTE**  
**PARCOURS COMMERCE ET MERCHANDISING**  
***ANNEE UNIVERSITAIRE 2020-2021***



**OBJECTIFS DE LA FORMATION**

Le Master Marketing, vente parcours Commerce & merchandising se donne pour objectif principal de former de futurs cadres dans la spécialité du commerce en général : distribution en front et back office, commerce BtoB et BtoC. Au delà des compétences techniques requises, nous formons des collaborateurs ayant de réelles capacités à la fois managériales, commerciales et en termes de gestion.

Le professionnel conçoit et met en oeuvre l'organisation 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. Il articule enfin les liens de complémentarités entre les différents canaux de distribution pour embrasser une vision multi ou omnicanal de la stratégie de l'enseigne, selon les choix opérés par sa direction marketing.

**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 marketing et merchandising  
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 qui intègrent les complémentarités existantes et potentielles entre les points de vente physiques et ceux virtuels.

Ce master, primé 6<sup>ème</sup> national au classement SMBG 2014, s'adresse à des étudiants issus de filières sciences économiques, AES, gestion, écoles de commerce mais également, à ceux titulaires de diplômes davantage techniques et scientifiques qui désirent acquérir une double compétence.

**Renseignements et inscriptions :**  
Secrétariat Master

Bâtiment E.G.A.S.S 9, rue du Temple - BP 10665 - 62030 Arras Cedex

☎ : 03.21.60.49.94 ☎ : 03.21.60.38.64 ✉ : [master-marketingvente@univ-artois.fr](mailto:master-marketingvente@univ-artois.fr)

### Détails des enseignements

SEMESTRE 1	Volume horaire	ECTS
<b>Certificat Universitaire n°1 : Environnement économique de la distribution : approches stratégiques</b>		
Théorie des organisations	24	3
Modèles économiques et stratégies industrielles du retail	24	3
Anglais	15	2
<b>Certificat Universitaire n°2 : Méthodes et applications en marketing de la distribution niveau 1</b>		
Séminaires & méthodologie de la recherche	15	2
Projet consulting	30	
Marketing quantitatif	15	2
<b>Certificat Universitaire n°3 : Compétences transversales Centrale/Magasin : les fondamentaux du merchandising</b>		
Offre de produit offre de prix	15	3
CLV/ILV	15	3
Agencement et design de l'environnement commercial	15	3
Macromerchandising niveau 1	15	4
Micromerchandising niveau 1	15	4
Positionnement et postures professionnelles	15	1
<b>Total des heures et ECTS</b>	<b>213</b>	<b>30</b>

SEMESTRE 2	Volume horaire	ECTS
<b>Certificat Universitaire n°4 : Pilotage des équipes en retail</b>		
Manager ses équipes au quotidien : stratégies et outils	24	3
Manager les parties prenantes internes de l'activité retail : approche juridique	20	3
Anglais	15	2
<b>Certificat Universitaire n°5 : Méthodes et applications en marketing de la distribution niveau 2</b>		
Séminaires & méthodologie de la recherche	15	
Projet Consulting	30	2
Mémoire		6
<b>Certificat Universitaire n°6 : Compétences transversales Centrale/Magasin : merchandising et compétences périphériques</b>		
Evolution du marketing et du consumérisme	15	2
Approches métiers de l'activité retail	15	2
GRC	15	2
Typologie, politique des marchés	15	2
Relations juridiques producteur/distributeur/client	15	2
Macromerchandising niveau 2	15	2
Micromerchandising niveau 2	15	2
<b>Total des heures et ECTS</b>	<b>209</b>	<b>30</b>

<b>SEMESTRE 3</b>	<b>Volume horaire</b>	<b>ECTS</b>
<b>Certificat Universitaire n°7 : Pilotage stratégique : théories &amp; pratiques</b>		
Management stratégique	24	3
Strategic Retail Management	24	3
Anglais	15	2
<b>Certificat Universitaire n°8 : Méthodes et applications en marketing de la distribution niveau 3</b>		
Séminaires & méthodologie de la recherche	15	2
Projet Consulting	30	
<b>Certificat Universitaire n°9 : Compétences transversales Centrale/Magasin niveau 3 : Digitalisation et évolution des métiers</b>		
Comportement du consommateur et achat interactif à distance	15	3
Etude des coûts, optimisation et implications logistiques	15	3
Stratégie merchandising omnicanal	15	4
Pilotage d'un centre de profit	15	3
Développement personnel, évolution professionnelle et gestion de carrière	15	3
Segmentation produit et clarté de l'offre	15	4
<b>Total des heures et ECTS</b>	<b>198</b>	<b>30</b>

<b>SEMESTRE 4</b>	<b>Volume horaire</b>	<b>ECTS</b>
<b>Certificat Universitaire n°10 : Engagement et responsabilité sociétale</b>		
Ethique et économie	24	3
RSE et marketing 3.0	24	3
Anglais	15	2
<b>Certificat Universitaire n°11 : Méthodes et Applications en marketing de la distribution niveau 4</b>		
Séminaires & méthodologie de la recherche	15	
Projet Consulting	30	2
Mémoire		8
<b>Certificat Universitaire n°12 : Compétences transversales Centrale/Magasin niveau 4 : maîtrise de l'environnement, leviers de compétitivité</b>		
Merchandising de gestion	15	2
International Business Survey	15	2
Socioéconomie de la consommation	10	2
Négociation	15	2
Elaboration des concepts merchandising	15	2
Prospace merchandising	10	2
<b>Total des heures et ECTS</b>	<b>188</b>	<b>30</b>