

MASTER 2 MANAGEMENT OPÉRATIONNEL DES RÉSEAUX COMMERCIAUX

Responsables de formation : Jean-François Etienne

Objectifs

Le **Master Management Opérationnel des Réseaux Commerciaux** de l'IAE a pour objectif de former des cadres, aptes à mettre en œuvre concrètement les stratégies commerciales et marketing opérationnel de leur entreprise à l'ère du digital.

Les méthodes pédagogiques sont multiples : les enseignements, à la fois pratiques et théoriques, s'appuient sur de nombreuses études de cas et la réalisation de projets individuels et/ou collectifs.

Cette formation est classée 3ème meilleur Master, MS, MBA de France dans sa discipline management de la distribution : Classement des masters en management de la distribution.

Débouchés

Les postes occupés à la sortie du Master sont : Responsable marketing opérationnel, Chef de projet marketing opérationnel, Category manager, Responsable du développement d'enseignes, Business développeur, Assistant développement de concept / Univers, Trade marketing, Responsable affiliation et partenariats, Animateur du réseau commercial, mais aussi Chef de produit ou Chef de secteur.

Compétences développées

Le diplômé est capable de :

- Maîtriser l'écosystème du marketing dans les entreprises : fonctions, missions et organisations ;
- Maîtriser et piloter l'interface entre les directions marketing et les directions commerciales avec les unités opérationnelles ;
- Piloter la mise en œuvre de la stratégie marketing et la politique commerciale ;
- Savoir mesurer et contrôler la performance commerciale ;
- Comprendre le fonctionnement et les enjeux de la vente multicanal ;
- Savoir manager les projets complexes en mode transverse.

Approche pédagogique

L'équipe des enseignants du Master est composée de professeurs des universités, de maîtres de conférences et de professionnels. Le lien entre théorie et pratique est une réalité forte du master. Les effectifs du Master sont d'environ 25 étudiants par promotion, permettant une pédagogie active et un bon niveau d'encadrement. L'alternance entre les cours et l'entreprise permet à l'apprenti une mise en application immédiate des enseignements dispensés.

Admission

L'accès en **Master 2 Management Opérationnel des Réseaux Commerciaux** se fait en deux temps :

- **Admissibilité** : sélection effectuée sur la base du dossier (notes au cours des études supérieures, expérience professionnelle, activités annexes...).
- **Admission** : un entretien de motivation, mené par deux enseignants du Master.

CONTACT

Responsable formation continue

Hélène Assi

fc-iae@u-pec.fr

www.iae-eiffel.fr

Chiffres Clés

28%

Taux de sélectivité

96%

Taux de réussite

82%

Taux d'insertion à 6 mois

Volume annuel

400h en présentiel

Tarif

6300 € *

Prérequis

- Maîtriser les concepts et les méthodes de base de la gestion, et du commerce ou suivre un module passerelle dans ces domaines.
- Avoir acquis une expérience de la fonction commerciale ou des compétences facilitant la vente d'un produit.
- Avoir le baccalauréat ou un diplôme équivalent ou obtenir le droit d'entrer en formation par le biais de la procédure de validation des acquis professionnels (VAPP)

Contenu pédagogique

UE	Matières	Nb d'heures	ECTS
UE 1 Marketing opérationnel et Marketing	Analyse de données client	28	15
	Category management	17,5	
	Fondements du géomarketing	7	
	Gestion de l'interface / force de vente	23,5	
	Marketing digital	28	
	Marketing expérientiel	21	
	Marketing relationnel	17,5	
	Web analytics / Marketing client	10,5	
UE 2 Management des réseaux commerciaux	Gestion des systèmes d'information	17,5	9
	Gestion et animation du réseau commercial	14	
	Organisation logistique du réseau	17,5	
	Pilotage de la fonction commerciale	18,5	
	Stratégie de distribution à l'ère du cross canal	24,5	
UE 3 Management de projets transverses	Management d'équipe	14	7
	Management de projet	17,5	
	Management des acteurs de projet	14	
	Négociation	18	
UE 4 Business development	Développer son entreprise en réseau, Business plan	17,5	9
	Environnement juridique des affaires	10,5	
	Ethique des affaires	18	
	Innovation et business développement	14	
	Suivi de la performance commerciale	10,5	
UE 5 Pratiques professionnelles	Projet professionnel	21	20
TOTAL		400	60

Points forts

Un corpus académique au service de la pratique marketing et commerciale

Une formation équilibrée entre marketing et développement commercial

La méthodologie au cœur des enseignements

Un large réseau de diplômés actifs

Validation de la formation

L'acquisition des connaissances et compétences est évaluée pour chaque UE par un contrôle continu et régulier (épreuves qui peuvent être écrites, orales ou pratiques). La rédaction d'un mémoire de recherche est également demandée, il donne lieu à une soutenance.

Le master est délivré aux stagiaires qui ont obtenu une moyenne minimum de 10/20 à chaque UE ainsi qu'au mémoire.

Calendrier

De septembre à septembre
(12 mois)

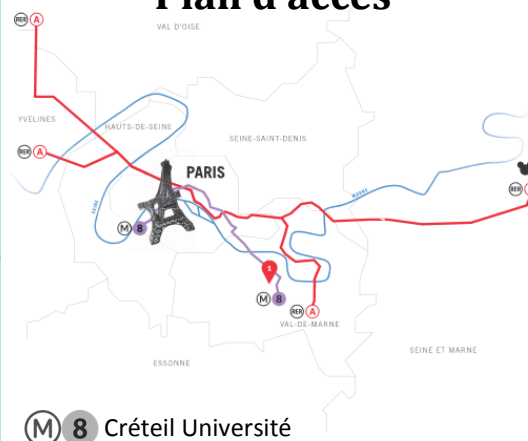
Rythme :

Cours les vendredis et 5 semaines complètes

Lieu de formation

Campus de Créteil
Place de la porte des champs
94010 Créteil cedex

Plan d'accès



(M) 8 Créteil Université

Certifications



Codes

Fiche RNCP : 28356
CPF Salarié : 201428
CPF demandeur d'emploi : 202004

* Pour plus d'informations sur le tarif et les financements, merci de contacter le service formation continue