

# MASTER MARKETING, VENTE

## Parcours Marketing crosscanal et relation client

Institut d'Administration des Entreprises - IAE Toulon

### PRÉSENTATION

Le Master Marketing, Vente se positionne dans une triple logique :

- **Une articulation entre le champ du marketing d'une part et celui du management des réseaux de distribution d'autre part.** Notre objectif est de donner aux étudiants des connaissances solides (i) en marketing, (ii) en management des réseaux, et (iii) de leur donner un socle de connaissances transdisciplinaires nécessaires à l'exercice de fonctions à responsabilités managériales.
- **Un accroissement de la lisibilité pour les entreprises** pour qui la distinction est évidente (profils, compétences et cadres théoriques différents) mais qui développent aussi de plus en plus les métiers à l'interface du marketing et de la distribution.
- **Une formation alliant connaissances théoriques et applications pratiques.** L'offre de M1 s'articule autour d'un tronc commun sur les enseignements fondamentaux de gestion et un socle de connaissances transfonctionnelles communes au 1<sup>er</sup> semestre. La spécialisation est progressive jusqu'au M2. De nombreux cours sont dispensés par des professionnels afin de faciliter l'orientation des étudiants.

Le **parcours Marketing crosscanal et relation client** vise à former des responsables commerciaux de haut niveau, aptes à mettre en œuvre les stratégies marketing et de distribution de leur entreprise. Certaines des fonctions occupées nécessitent des compétences en marketing opérationnel (promotion des ventes, marketing au point de vente) ou sont situées à l'interface marketing-vente (trade marketeurs), d'autres sont proches de la communication et du digital.

### DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

- Responsable marketing,
- Consultant marketing,
- Responsable marketing relationnel et CRM,
- Chef de produit,
- Brand manager,
- Digital manager,
- Responsable stratégie cross-canal.



### INFORMATIONS GÉNÉRALES

- **Durée des études** : 2 ans
- **Lieu** : Campus Porte d'Italie - Toulon
- Formation Initiale et F. Continue

### CONDITIONS D'ACCÈS

Accès sur dossier de candidature, test des IAE (SCORE MESSAGE), et entretien éventuel de sélection :

- **En M1** : Aucun accès direct : vous devez renseigner un dossier de candidature.
- **En M2** : d'une maîtrise ou d'un master 1<sup>ère</sup> année du domaine Droit, Economie, Gestion.
- **Pour les autres** : accès sur dossier de candidature.

### INSCRIPTION

Consultez le site : [www.univ-tln.fr](http://www.univ-tln.fr)

### RESPONSABLES

- **Sandrine HOLLET-HAUDEBERT**, [sandrine.hollet-haudebert@univ-tln.fr](mailto:sandrine.hollet-haudebert@univ-tln.fr), Professeure d'université, responsable du M1.
- **Brigitte MÜLLER**, [brigitte.muller@univ-tln.fr](mailto:brigitte.muller@univ-tln.fr), Maître de conférences HDR, responsable du M2.

## ENSEIGNEMENTS MARKETING, VENTE PARCOURS MARKETING CROSSCANAL ET RELATION CLIENT

### SEMESTRE 7

- > **UE7.1 Fondamentaux du Management 1**
  - Finance
  - Gestion des ressources humaines
  - Contrôle de gestion
- > **UE7.2 Fondamentaux du Management 2**
  - Marketing
  - Management stratégique
  - Advanced english
  - Initiation à la recherche
- > **UE7.3 Management de spécialité**
  - Conduite de projet tuteuré
  - Ethique du multimédia
  - Stratégie et distribution crosscanal

### SEMESTRE 8

- > **UE8.1 Fondements du Marketing**
  - Comportement du consommateur et

- de l'acheteur
- Etude de marché
- Communication marketing
- > **UE8.2 Marketing digital et stratégie crosscanal**
  - E-marketing
  - Business model sur Internet
  - Stratégies marketing PME TPE
- > **UE8.3 Professionnalisation**
  - Anglais de spécialité
  - Projet tuteuré

### SEMESTRE 9

- > **UE9.1 Gérer la relation client**
  - Customer Relationship Management
  - Management Force de Vente
  - Management du luxe
  - L'analyse des données
  - Données de panel
  - Gestion de l'expérience client

- > **UE9.2 Stratégie crosscanal et communication digitale**
  - Brand Management and e-reputation
  - Acquisition de trafic
  - Médias sociaux
  - Conception d'outils online
  - Méthodologie de stage
- > **UE 9.3 Professionnalisation**
  - Jeu d'entreprise
  - Séminaire de marketing appliqué
  - Anglais des affaires

### SEMESTRE 10

- > **UE10.1 Stage et soutenance**
  - Stage et soutenance

## STAGE

- **En M1** : Projets tuteurés. Stage facultatif de 2 à 3 mois non attributif d'ECTS
- **En M2** : Stage en entreprise de 5 à 6 mois, encadré par un membre de l'équipe pédagogique et par un responsable de la structure accueillante.

## POURSUITE D'ÉTUDES

Vers un niveau équivalent (M1 ou M2) à l'Université de Toulon ou une autre université proposant des Master tournés vers le marketing.

## CONTACTS

### INSTITUT D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES - IAE TOULON

Campus Porte d'Italie - Toulon •  
70 Avenue Roger Devoucoux  
83000 TOULON  
Secrétariat : Florence AUCLERC  
04 83 36 63 22 • [Master.Mktg@univ-tln.fr](mailto:Master.Mktg@univ-tln.fr)  
Web : <https://iae-toulon.univ-tln.fr>

### SERVICE ACCOMPAGNEMENT EN ORIENTATION ET INSERTION

Direction des Études et de la Vie Étudiante (DEVE) • Bâtiment V1 • Rez de chaussée  
Campus de La Garde • Avenue de l'Université  
• 83130 LA GARDE  
04 94 14 67 61 • [saoui@univ-tln.fr](mailto:saoui@univ-tln.fr)

L'UTLN sur les réseaux sociaux

