

Management et Commerce International

Parcours : Master Intelligence Marketing et Stratégie Commerciale à l'International

Formation Initiale - Parcours Master 1 et 2

Formation Continue | Contrat Pro - Parcours Master 2



Présentation et objectifs

L'objectif de ce master est de former des Business Developer et Social Seller 4.0, préparés au nouveau contexte de distribution des produits et des services, avec une vision internationale. Dans un monde disruptif, le comportement des acheteurs évolue. Celui des commerciaux également avec la nécessité de s'adapter aux profils de ces acheteurs, de proposer des solutions en temps réels innovantes et ce, en recourant massivement aux outils digitaux. De nouveaux métiers, de nouvelles fonctions et donc de nouveaux profils commerciaux apparaissent. Ces derniers devront être en mesure d'agir et de s'adapter dans un contexte international globalisé, de traiter et d'analyser, dans une optique de mise en marché des produits, l'ensemble des données à leur disposition (Business Intelligence), en vue d'adapter leur offre et leur comportement tout au long du processus commercial.



Savoir-faire et compétences

Le titulaire du Master sera capable d'élaborer

- une action ciblée en vue de répondre aux attentes d'une clientèle internationale
 - de comprendre et de prendre en compte les éventuelles différences culturelles de cette clientèle
- Pour cela il sera capable d'analyser finement le marché et les besoins des prospects / clients grâce à une forte expertise en Business Intelligence.

Enfin il aura une bonne maîtrise de l'ensemble des rouages de la communication notamment digitale (réseaux sociaux, web, etc) pour lesquels il sera en mesure de produire du contenu (content marketing).



Conditions d'admission et profil des étudiants

L3 validée ou équivalent (soit 180 ECTS validés) de préférence dans un domaine autre que la gestion et le management. Profils scientifiques, technologiques en priorité, des profils atypiques (LEA, histoire géographique, sociologie, etc.) peuvent également être considérés comme possibles.

Une appétence pour les médias digitaux et les réseaux sociaux est nécessaire de même qu'une certaine ouverture au contexte international et aux cultures étrangères.

Une 1ère expérience à l'étranger, même de courte durée (stage, suivi d'enseignements en anglais, semestre ou emploi) est appréciée.

Score minimum d'anglais requis : TOEFL : 90 * TOEIC : 800 * IELTS : 7* Test européen : C1*

* Ces scores sont des minima pour intégrer le Master, ils ne donnent pas forcément accès à toutes les universités étrangères.

Une expérience, stage ou job d'été dans le digital (community manager, gestion réseaux sociaux, création de site web...) et dans la vente sont un réel plus.



Programme des enseignements

Semestre 1		30 ECTS
UE1	GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	5 ECTS 30 h
UE2	MARKETING	5 ECTS 30 h
UE3	COMPTABILITÉ / CONTRÔLE	5 ECTS 30 h
UE4	ORGANISATION ET ECONOMIE	5 ECTS 30 h
UE5	INFORMATIQUE DE GESTION / SIMULATION	5 ECTS 30 h
UE6	ANGLAIS	5 ECTS 30 h

Semestre 2		30 ECTS
UE1	FINANCE	5 ECTS 30 h
UE2	STRATÉGIE / INTELLIGENCE ECONOMIQUE / BIG DATA	5 ECTS 30 h
UE3	GESTION DE PROJET / ANALYSE DE DONNÉES	5 ECTS 30 h
UE4	ANGLAIS / COMPORTEMENT ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL	5 ECTS 30 h
UE5	TECHNIQUES DE VENTE ET NÉGOCIATION	5 ECTS 30 h
UE6	STAGE MÉMOIRE	5 ECTS

Semestre 3		30 ECTS
UE1	MARKETING INTELLIGENCE & PERFORMANCE MANAGEMENT	6 ECTS 36 h
UE2	IMPLEMENTATION OF A CUSTOMER CENTRIC STRATEGY	6 ECTS 36 h
UE3	COLLABORATIVE MANAGEMENT	6 ECTS 36 h
UE4	NEW BUSINESS MODELS	6 ECTS 36 h
UE5	COMPETITION IN A GLOBAL ENVIRONMENT	6 ECTS 36 h

Semestre 4		30 ECTS
UE1	VALUE CREATION FOR CUSTOMERS IN A GLOBAL WORLD	6 ECTS 36 h
UE2	CASE STUDIES & SIMULATION	6 ECTS 36 h
UE3	STAGE MÉMOIRE	18 ECTS



Carrières et métiers

- Social Seller
- Business Developer
- Développeur d'Affaires
- Technico-commercial
- Responsable de Comptes Clés
- Ingénieur commercial
- Spécialiste de la Vente Complexe
- Directeur commercial



Associations IAE

