

Master (M2) mention Marketing, Vente parcours type Marketing, Distribution & Business

Parcours

- Marketing stratégique



Rythme

Rythme

- Temps plein
- En alternance
- Contrat d'apprentissage
- Contrat de professionnalisation

Modalités

- Présentiel

Renseignements

<https://tsm-education.fr/formations/masters/marketing-parcours-marketing-distribution-and-business-m2?tab=professionalization>

m2.marketingdistribusiness@tsm-education.fr

Admission
<https://tsm-education.fr/formations/masters/marketing-parcours-marketing-distribution-and-business-m2?tab=professionalization>

Portail Handicap



<https://www.ut-capitole.fr/handicap>

Infos générales

Durée de la formation

1 an

| |
|--|
| Lieu(x) de la formation |
| Campus Anciennes facultés - TSM |
| Langues d'enseignement |
| Français |
| Accessible en |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Formation continue ● Formation en alternance ● Formation en apprentissage ● Reprise d'étude |

/ Présentation

Le **Master 2 Marketing, Distribution & Business** vise à former des spécialistes du marketing de la distribution physique et digitale. Son contenu correspond aux attentes des acteurs de la distribution et aux mutations en cours dans ce secteur.

En complétant le plus étroitement possible la formation “terrain” acquise progressivement dans l’entreprise, les enseignements du domaine technique et professionnel ont pour objectif la maîtrise des connaissances fondamentales et l’acquisition du savoir-faire “métier”. Il forme également à la gestion de la qualité, à la mise en valeur de l’offre et à la capacité à analyser des chiffres et à savoir prendre des décisions.

Enjeux

A la fin du parcours complet (Master 1 et Master 2), les diplômés sont capables de :

- Manager des équipes
- Analyser des données en vue de leur exploitation
- Mettre en œuvre une stratégie marketing
- Gérer, évaluer et savoir contractualiser des éléments budgétaires et financiers
- Savoir gérer des projets
- Gérer le niveau de qualité
- Savoir gérer la commercialisation de PGC

Lieux

Campus Anciennes facultés - TSM

Responsable(s) de la formation

- MME ISABELLE COLLIN LACHAUD

Contact TSM

m2.marketingdistribusiness@tsm-education.fr

/ Admission

Pré-requis

Niveau(x) de recrutement

Bac + 4

Candidature

Modalités de candidature

Retrouvez toutes les informations (dates et procédures) sur les candidatures au [**Master 2 Marketing, Distribution & Business**](#) sur le site de Toulouse School of Management.

/ Programme

L'équipe pédagogique se compose d'enseignants-chercheurs et de professionnels.

La formation comprend 8 blocs de compétences :

SEMESTRE 3

Bloc 1 - S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques

- Stratégie de distribution connectée
- Stratégie crosscanal
- Marketing des services
- Analyse des données de panels
- Fixation des prix, analyse des données

Bloc 2 - Communiquer en contexte professionnel

- Conférences thématiques (mutation de la grande distribution, attentes RSE des clients, nouveaux comportements du consommateur...)
- Anglais management

Bloc 3 - Elaborer une vision stratégique en Marketing-vente

- Business models
- Politique produit et packaging
- Gestion de la marque
- Politique de communication
- Marketing sensoriel

Bloc 4 - Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en marketing-vente

- Gestion flux financiers
- Gestion des stocks

Bloc 5 - Mettre en oeuvre des règles, des normes et des démarches qualité en marketing-vente

- Traçabilité
- Normes

- Supply chain
- Droit du travail
- Droit commercial

Bloc 6 - Développer une culture managériale et organisationnelle

- Qualité de vie au travail
- Gestion du changement
- Management des équipes
- Management de la relation client
- Techniques de négociations

Bloc 7 - Piloter la stratégie de distribution

- Category management
- Design et politique de création des points de vente
- Merchandising

SEMESTRE 4

Bloc 8 - Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

- Méthodologie mémoire
- Réalisation mémoire

Rythme

Alternance

1 semaine en formation / 3 semaines en entreprise

Évaluation

Méthodes et moyens pédagogiques

Pour une formation en présentiel, l'enseignement est adapté au nombre d'étudiants admis en Master. A côté des enseignements théoriques dispensés par les enseignants, l'intervention de professionnels permet une approche pratique et concrète des thématiques étudiées. L'étudiant a également un accès libre aux diverses ressources universitaires : salles informatiques, laboratoires de langues ou service commun de la documentation.

Consultez les [modalités de contrôle des connaissances et des compétences \(MCCC\) de la formation](#).

/ Et après ?

Niveau de sortie

Année post-bac de sortie

- Bac + 5

Fiche RNCP

Poursuites d'études

Les diplomes peuvent également poursuivre leurs études par un [doctorat en Marketing](#).

Débouchés professionnels

Secteurs d'activité ou type d'emploi

Les diplômes peuvent exercer des métiers tels que :

- Responsable de rayons
- Responsable de magasin
- Category manager
- Chef de secteur

Secteurs d'activité ou type d'emploi

Communication et Marketing;Marketing;Management