

ORGANISATION DE LA FORMATION

Master 1

Un stage à l'étranger pour les étudiants inscrits en F1.
Un mémoire de recherche réalisé par groupe de 4 personnes et encadré par un enseignant-chercheur.

Master 2

Uniquement en alternance.

En 2^{ème} année, le mémoire dit « professionnel » est en lien direct avec l'alternance et ses missions. L'encadrement est également assuré par un enseignant-chercheur.

Rythme de l'alternance

3 jours en entreprise (L/M/M) et 2,5 jours en cours (J/V/S matin) de septembre à fin mars.
Plein temps en entreprise dès avril.

MODALITÉS D'ADMISSION

Le candidat doit remplir un certain nombre d'exigences :

- Avoir un niveau d'Anglais au moins B2 (une certification est vivement encouragée)
- Développer un projet professionnel en adéquation avec les spécificités du Master

La sélection s'effectue sur dossier puis entretien.



30

Étudiants



Taux de sélection M1
des masters MV

3,51%

+ 5700 candidatures
pour 200 places

--%

Taux de réussite



UNIVERSITÉ DE LILLE

Université européenne de référence, reconnue pour l'excellence de sa recherche et de sa formation, l'Université de Lille fait de la réussite étudiante une de ses préoccupations majeures et place l'insertion professionnelle au cœur de son engagement.

Adossée à une recherche de pointe, son offre de formation se veut en phase avec les évolutions des mondes socio-économique et socio-professionnel afin de contribuer aux grandes transitions de notre société et préparer chacune et chacun, tout au long de sa vie, aux compétences et métiers de demain.

inspirons demain !

IAE Lille
University school of management
www.iaelille.fr | contact@iaelille.fr
Tél. 03 20 12 34 50

Site Vieux-Lille
104, avenue du peuple belge
59043 Lille Cedex



Service Communication IAE Lille | Novembre 2025 | Document non contractuel



MASTER
mention MARKETING VENTE

M1-M2 MB2i
MARKETING
BUSINESS TO BUSINESS,
INTERNATIONAL
ET INNOVATION

Campus
VIEUX-LILLE

IAE
LILLE

UNIVERSITY
SCHOOL
OF MANAGEMENT

look beyond

Université
de Lille

IAE FRANCE
Écoles Universitaires
de Management

FRANCE
compétences
CERTIFICATION
enregistrée au RNCP

M1-M2 MB2i

MARKETING BUSINESS TO BUSINESS, INTERNATIONAL ET INNOVATION

Le Master MB2i a pour objectif de former des cadres disposant des compétences nécessaires à l'ouverture et au développement de nouveaux marchés.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Depuis son ouverture, le diplôme a acquis une excellente notoriété internationale (nombreuses candidatures provenant de l'étranger : Allemagne, Grèce, Pérou, Pologne, Roumanie, Russie, Tunisie, Maroc, Vietnam, Chine, Ukraine, Moldavie, etc.).

Sur 800 à 900 candidatures déposées selon les années, 30 sont retenues par année dont 15 à 20% d'étrangers. La promotion est principalement composée d'étudiants issus de formations de commerce et gestion et d'étudiants scientifiques ; à titre exceptionnel, d'autres formations (Droit, LEA, etc.).

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Les débouchés pour MB2i sont : Acheteur, Business Manager, Chargé d'affaires, Chargé de clientèle, Chargé de développement de marchés Internationaux, Chef de projet, Chef de secteur, Chef des ventes, Commercial, Commercial grands comptes, Directeur de division, Dirigeant de PME/PMI, Ingénieur d'affaires, Gestion des approvisionnements, Responsable grands comptes, Responsable ou Directeur Marketing, etc

MASTER MARKETING VENTE

M1-M2 MB2i Marketing BtoB, International et Innovation

M1-M2 MCC Marketing Communication Culture
M1-M2 MBX Marketing management, Branding et expérience client

M2 MMESS Marketing management des entreprises du secteur de la (e)santé

M1-M2 MD Marketing digital
M1-M2 MIADS Marketing, IA et data science

M1 MB2i

Semestre 1

BCC 1: Elaborer une stratégie marketing, digitale et responsable pour orchestrer des plans d'actions

UE Marketing stratégique et digital

- Fondamentaux du Marketing BtoB
- E-Marketing
- Approches et diagnostic du marketing stratégique et digital

BCC 2: Concevoir des études et recherches en marketing

UE Business Intelligence et études marketing

- Etudes de marché
- Appréhension des méthodes et analyses de données quantitatives
- Appréhension des méthodes et analyses de données qualitatives

UE SAE - Appréhension de la démarche scientifique

- Problématiser et synthétiser la littérature marketing
- Suivi de mémoire

BCC 3: Communiquer et persuader de manière éthique

UE Langues vivantes

- SB LVT (Anglais)
- SB LV2 (Allemand/Espagnol/FLE)

UE International Marketing et Comportement d'achat

- International Marketing *
- Consommation, culture et nouvelles tendances

BCC 4: Designer avec l'innovation et l'IA pour des solutions créatives

UE Management de l'innovation

- Marketing for a sustainable world *

BCC 6: Déployer les projets, les compétences métiers et fédérer les équipes pour optimiser les expériences

UE Projet étudiant

- Pilote des projets
- Retour d'alternance

M1 MB2i

Semestre 2

BCC 2: Concevoir des études et recherches en marketing

UE SAE - Appréhension de la démarche scientifique

- Piloter une étude scientifique pour élaborer des recommandations managériales
- Suivi de mémoire

BCC 3: Communiquer et persuader de manière éthique

UE Langues vivantes

- SB LVT (Anglais)
- SB LV2 (Allemand/Espagnol/FLE)

UE International Marketing et Comportement d'achat

- Consommation éthique
- Comportements et expériences d'achat

BCC 4: Designer avec l'innovation et l'IA pour des solutions créatives

UE Innovation et environnement juridique

- Droit du marketing

UE Management de l'innovation

- Histoires et théories de l'innovation

BCC 5: Savoir agir dans un contexte BtoB grâce à une réelle expertise marketing et innovante

UE Opérationnalisation du Marketing BtoB International

- Négociation commerciale BtoB

BCC 6: Déployer les projets, les compétences métiers et fédérer les équipes pour optimiser les expériences

UE Projet étudiant

- Pilote des projets
- Retour d'alternance
- Suivi opérationnel et encadrement de projets engageants

UE Professionalisation

- Suivi de stage
- Suivi d'alternance

M2 MB2i

Semestre 3

BCC 1: Elaborer une stratégie marketing, digitale et responsable pour orchestrer des plans d'actions

UE Fondamentaux du Branding

- Branding Management
- Design Management
- Societal Trends

BCC 2: Concevoir des études et recherches en marketing

UE Business Intelligence et études marketing

- Approfondissement des méthodes et analyses de données quantitatives
- Approfondissement des méthodes et analyses de données qualitatives

BCC 3: Communiquer et persuader de manière éthique

UE Langues vivantes

- SB LVT (Anglais)
- SB LV2 (Allemand/Espagnol/FLE)

BCC 4: Designer avec l'innovation et l'IA pour des solutions créatives

UE Innovation et environnement juridique

- Sécurité des données et privacy
- From automation to artificial intelligence *

UE Management de l'innovation

- Marketing stratégique de l'innovation
- Sustainable marketing in a globalized world *

BCC 6: Déployer les projets, les compétences métiers et fédérer les équipes pour optimiser les expériences

UE Projet étudiant

- Pilote des projets
- Retour d'alternance

UE Professionalisation

- Soft skills
- Conférences professionnelles (VIE, PVT)

M2 MB2i

Semestre 4

BCC 1: Elaborer une stratégie marketing, digitale et responsable pour orchestrer des plans d'actions

UE Marketing stratégique et digital

- Méthodes d'Eye-Tracking

BCC 5: Savoir agir dans un contexte BtoB grâce à une réelle expertise marketing et innovante

UE Marketing stratégique BtoB

- Stratégies marketing et e-marketing BtoB
- Gestion de projets marketing BtoB
- Gestion et contrôle budgétaire

UE Opérationnalisation du Marketing BtoB International

- Communication BtoB *
- Stratégies de lobbying
- Négociation commerciale

BCC 6: Déployer les projets, les compétences métiers et fédérer les équipes pour optimiser les expériences

UE Projet étudiant

- Pilote des projets
- Retour d'alternance
- Suivi opérationnel et encadrement de projets engageants

UE Professionalisation

- SAE - Missions et applications scientifiques en entreprise (Mémoire de recherche)
- Leadership, communication managériale et gestion des conflits
- Suivi de stage
- Suivi d'alternance