

## ORGANISATION DE LA FORMATION

### Le Master MBX s'effectue uniquement en Alternance

(contrat de professionnalisation ou contrat d'apprentissage).

Rythme de l'alternance : 2 semaines en entreprise, 1 semaine à l'IAE.

**Pour les professionnels en formation continue (FC) :** la formation s'effectue en stage alterné, en contrat de professionnalisation ou dans l'entreprise dans laquelle vous êtes salarié(e).

## DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Directeur marketing, Chef de produit, Responsable expérience client, Responsable CRM, Responsable fidélisation, Chargé de projet marketing, consultante marketing, Responsable marketing digital, Responsable Growth Marketing, Responsable communication multicanale, Directeur marketing durable ou RSE, Responsable du capital marque ou brand purpose. Directeur Innovation Marketing, Chef de marché, Directeur marketing performance...

## MODALITÉS D'ADMISSION

Les étudiants de Licence Gestion mais aussi d'autres Licences peuvent candidater. La maîtrise de l'anglais et des statistiques est recommandée.

Cette formation est ouverte aux étudiants ayant validé une L3/Bac+3 (pour le M1) ou un M1/Bac+4 (pour le M2).

**Les candidats retenus à la sélection sur dossier sont convoqués à un entretien.**

60

Étudiants



Taux de sélection M1 des Masters MV

3,51%

+ 5700 candidatures pour 200 places



Taux de réussite Master 2 MBX

100%



### Directeurs de la mention

Dominique CRIÉ - Annabel MARTIN-SALERNO

### Responsable de la formation

Annabel MARTIN-SALERNO

### Gestionnaire de formation

Manon SAROT

master-mbx@iaelille.fr +33 3 20 12 24 81

## ÉTUDIER À L'IAE LILLE

École de management de l'Université de Lille et membre du réseau IAE France (39 écoles), l'IAE Lille combine les avantages d'une école aux valeurs de l'Université. Elle forme **des cadres de haut niveau, rapidement opérationnels et aux carrières évolutives**, dans tous les métiers de l'entreprise (management, gestion, RH, communication, commerce, distribution, achats, marketing, audit, contrôle, comptabilité, finance...).

Elle accueille chaque année près de 4000 étudiants en alternance, formation initiale ou continue, dans ses parcours de licence, master ou doctorat. Les savoirs diffusés sont enrichis par la recherche appliquée, en relation avec les entreprises, leurs pratiques et leurs objectifs de gestion. Cette étroite collaboration permet une évolution constante de nos formations et un enrichissement permanent de nos compétences.

*look beyond*

## 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



UNIVERSITY  
SCHOOL  
OF MANAGEMENT

*look beyond*

Service Communication IAE Lille | Novembre 2025 | Document non contractuel

MASTER  
mention MARKETING VENTE

**M1-M2 MBX**  
MARKETING  
MANAGEMENT,  
BRANDING ET  
EXPÉRIENCE CLIENT

# M1-M2 MBX

## MARKETING MANAGEMENT, BRANDING ET EXPÉRIENCE CLIENT

Ce parcours MBX prépare la nouvelle génération de managers-leaders à optimiser la personnalisation de l'expérience client et à façonner des stratégies innovantes d'engagement pour des marques inspirantes, responsables et fédératrices.

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

Ce programme se distingue par son approche centrée sur la valeur client et sa conviction que le bien-être des collaborateurs et du client est la clé d'un engagement authentique et durable.

Ce Master permet des focalisations sur plusieurs spécificités :

- Stratégie de Branding (brand content, influence, reputation management)
- Management de la Relation Client (digitalisation et automatisation du parcours client omnicanal, CRM Use Cases)
- Métamarketing et émotions
- Stratégies éthiques de persuasion
- Neuromarketing, Créativité et Design avec l'IA
- Business models orientés impact et expérience client
- Génération d'insights marketing et analyse approfondie des comportements et expériences clients.

### 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

### PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

M1 MBX	Semestre 1
BCC 1	Elaborer une stratégie marketing, digitale et responsable pour orchestrer des plans d'actions
UE	<b>Chef de produit et (e-)merchandising</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Création et gestion d'une offre omnicanale</li><li>- Stratégies (e-)merchandising et phygitale</li><li>- Création de site internet</li></ul>
BCC 2	Concevoir des études et recherches en marketing
UE	<b>Business intelligence et études marketing</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Initiation à la recherche</li><li>- Méthodes et analyses qualitatives</li><li>- Méthodes et analyses quantitatives</li></ul>
UE	<b>SAE - Appréhension de la démarche scientifique - niveau débutant</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Problématiser et synthétiser la littérature marketing</li></ul>
BCC 3	Communiquer et persuader de manière éthique
UE	<b>Marketing interculturel</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- International marketing</li><li>- Business english</li><li>- Enjeux internationaux : actualité, culture, tendances</li></ul>
UE	<b>Comportement et Psychologie du consommateur</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Comportements et expériences d'achat</li><li>- Marketing, green et social nudges</li></ul>
BCC 6	Déployer les projets, les compétences métiers et fédérer les équipes pour optimiser les expériences
UE	<b>Projet étudiant et professionnalisation</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Professionnalisation</li><li>- Projet étudiant : Valoriser sa formation et retour d'alternance</li></ul>

M1 MBX	Semestre 2
BCC 2	Concevoir des études et recherches en marketing
UE	<b>SAE - Approfondissement de la démarche scientifique - niveau intermédiaire</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Piloter une étude scientifique pour élaborer des recommandations managériales</li></ul>
BCC 3	Communiquer et persuader de manière éthique
UE	<b>Levers et processus de persuasion offline et online</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Marketing éthique et responsable</li><li>- KPI offline et online</li><li>- Publicité programmatique (RTB) et relation client</li><li>- Business english</li></ul>
BCC 4	Designer avec l'innovation et l'IA pour des solutions créatives
UE	<b>Gouvernance de l'innovation disruptive</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Management de l'innovation et open Innovation</li><li>- Droit du marketing et protection des données</li></ul>
BCC 5	Optimiser la personnalisation de l'expérience client et l'engagement à la marque
UE	<b>Customer relationship management</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Construction de plans commerciaux omnicanaux "ROIstes"</li><li>- Fidélisation et marketing de la performance</li><li>- Customer success management</li></ul>
UE	<b>Marque et paradoxe privacy-personnalisation</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Privacy et digital</li><li>- UX et refonte de site e-commerce</li><li>- Marque et care</li></ul>
BCC 6	Déployer les projets, les compétences métiers et fédérer les équipes pour optimiser les expériences
UE	<b>Projet étudiant/professionnalisation</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Conférences métiers et retours d'alternance</li><li>- Professionnalisation</li></ul>

M2 MBX	Semestre 3
BCC 1	Elaborer une stratégie marketing, digitale et responsable pour orchestrer des plans d'actions
UE	<b>Marketing digital</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Projets digitaux &amp; analytics</li><li>- Nouveaux business models digitaux</li></ul>
UE	<b>Marketing management, crise et omnicanalité</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Marketing de crise</li><li>- Stratégie commerciale omnicanale</li><li>- Plan d'animation commerciale en retail et marketing durable</li></ul>
BCC 4	Designer avec l'innovation et l'IA pour des solutions créatives
UE	<b>(R)évolutions managériales et digitales</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Management différenciant via l'IA</li><li>- From automation to artificial intelligence</li><li>- IA et innovations digitales</li></ul>
BCC 5	Optimiser la personnalisation de l'expérience client et l'engagement à la marque
UE	<b>Brand and customer equity</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Capital marque, études de branding et retour d'alternance</li><li>- Loyalty &amp; customer management in the digital age</li><li>- Sociétariat, score d'appétence et engagement</li><li>- Presse et capital client</li></ul>
UE	<b>Dynamique relationnelle et expérientielle</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Programmes d'attraction, de conversion et de fidélisation</li><li>- UX Design</li><li>- Expériences phygtales</li></ul>
BCC 6	Déployer les projets, les compétences métiers et fédérer les équipes pour optimiser les expériences
UE	<b>Management d'équipe et de projet</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Fondamentaux du management, gestion du stress et des conflits</li></ul>
UE	<b>Projet étudiant et professionnalisation</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Agilité et management de Projet (PE)</li><li>- Entrepreneuriat</li><li>- Professionnalisation</li></ul>

M2 MBX	Semestre 4
BCC 1	Elaborer une stratégie marketing, digitale et responsable pour orchestrer des plans d'actions
UE	<b>Le digital pour un marketing de proximité</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Plateforme d'affiliation</li><li>- Géomarketing, stratégie drive-to-store et communication locale</li></ul>
BCC 3	Communiquer et persuader de manière éthique
UE	<b>Communication et dynamique de l'engagement collaborateur</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Communication managériale</li><li>- Esprit critique et éducation aux médias</li></ul>
UE	<b>Communication et dynamique de l'engagement consommateur</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Digital communication</li><li>- Stratégie et plan de communication</li></ul>
BCC 4	Designer avec l'innovation et l'IA pour des solutions créatives
UE	<b>Innovations collaboratives</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Design thinking, facilitation et co-design</li></ul>
BCC 5	Optimiser la personnalisation de l'expérience client et l'engagement à la marque
UE	<b>Management de la relation client</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Automatisation du parcours relationnel client</li><li>- Métamarketing, digitalisation et émotions</li><li>- CRM use cases, salesforce</li></ul>
UE	<b>Stratégies de branding</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Branding management</li><li>- Brand, social &amp; reputation management</li><li>- Brand content, stratégie éditoriale et marketing d'influence</li></ul>
BCC 6	Déployer les projets, les compétences métiers et fédérer les équipes pour optimiser les expériences
UE	<b>Professionnalisation</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Insertion, réseaux et retour d'alternance</li></ul>
UE	<b>SAE - Maîtrise avancée de la démarche scientifique - niveau expert</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Transfert de l'apprentissage académique à l'application scientifique en entreprise</li><li>- Eye-Tracking et neuromarketing</li></ul>