

ORGANISATION DE LA FORMATION

A partir d'un solide socle commun, le parcours propose deux options, l'une orientée vers le marketing, l'autre vers le management du point de vente.

Epreuves structurantes :

En master 1, le Grand Oral représente l'épreuve majeure et requiert des compétences d'analyse, de communication et la connaissance des problématiques du secteur de la distribution.

En master 2, un mémoire de recherche professionnel et individuel élaboré à partir d'une problématique managériale, conclut l'année.

La formation comporte aussi un certain nombre de projets collectifs qui développent les compétences organisationnelles et relationnelles, en plus des compétences en marketing et en management.

Mobilité internationale obligatoire en M2 au semestre 4.

MODALITÉS D'ADMISSION

Prérequis :

- Etre titulaire d'un Bac+3 (180 ECTS) ou Bac+4 (240 ECTS) pour une admission en M2 en gestion, économie-gestion, économie, AES, Langues étrangères appliquées, MASS, psychologie...
- Projet professionnel en adéquation avec la formation.
- Une forte sensibilité des candidats aux enjeux du développement durable est fortement souhaitée.
- Maîtrise suffisante de la langue anglaise.

Mode d'admission et de sélection :

Sélection sur dossier

48

Étudiants



--%

Taux de sélection



--%

Taux de réussite



Directrice de la mention

Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ

Responsables de la formation

Isabelle ROBERT (M1) - Maud HERBERT (M2)

Gestionnaire de formation

m1-mmd@iaelille.fr

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 Roubaix

651, avenue des Nations Unies
59100 Roubaix



UNIVERSITY
SCHOOL
OF MANAGEMENT

look beyond

MASTER
mention COMMERCE DISTRIBUTION

M1-M2 MMD
MARKETING
ET MANAGEMENT
DE LA DISTRIBUTION

Service Communication IAE Lille | Novembre 2025 | Document non contractuel

M1-M2 MMD

MARKETING ET MANAGEMENT DE LA DISTRIBUTION

Le parcours Marketing et Management du Distributeur offre une double formation à la fois en management et en marketing dans le secteur du retail, permettant aux étudiants d'avoir une vision transversale de ce secteur et de mieux appréhender les grands enjeux, du fournisseur au consommateur.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

L'option Marketing International du Retailer forme à l'élaboration des stratégies marketing et à la construction et la gestion des offres et des marchés.

Cette élaboration s'inscrit dans une double perspective :

- une perspective omnicanale, qui articule l'ensemble des points de contacts avec le consommateur (Off line et On line),
- une perspective à la fois globale et locale, flexible, qui associe l'optimisation des achats et la spécificité des marchés.

L'option Management et Gestion du point de vente développe des compétences en management des hommes et des équipes, adaptées à un secteur du retail qui déploie des logiques organisationnelles et marketing spécifiques.

La formation s'inscrit aujourd'hui dans une perspective phygitale, où magasin physique et outils technologiques se complètent et s'enrichissent.

MASTER

COMMERCE DISTRIBUTION

M1-M2 MDPV	Management de la distribution et du point de vente
M1-M2 MKR	Marketing du retailer
M1-M2 RSC	Retailing supply chain
M1-M2 CCTD	Commerce circulaire et transition durable
M1-M2 MMD	Marketing et management de la distribution
M1-M2 ERC MCD	Etudes, recherche et conseil en marketing, commerce et distribution

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

M1 MMD

Semestre 1

BCC 1 Comprendre l'éco-système du retail

UE Fondamentaux du retail

- Marketing stratégique
- Histoire du retail
- Comportement du client

UE Transversale

- Enjeux du climat et limites planétaires

BCC 2 Développer une stratégie omnicanale et durable

- Stratégie et management d'entreprise
- Stratégie durable des ressources humaines
- Enjeux du merchandising

BCC 3 Piloter les performances

SB Obligatoire

- Contrôle de gestion
- Excel avancé
- LVE : Anglais

SB Au choix

- Construction de l'offre
- Compte d'exploitation et gestion du point de vente

M1 MMD

Semestre 2

BCC 1 Comprendre l'éco-système du retail

- Théorie du retail
- Commerce et société
- Retail tour

BCC 2 Développer une stratégie omnicanale et durable

SB Obligatoire

- Stratégie et management de la RSE
- LVE : Business english

SB Au choix

- Leadership et prise de décision
- Stratégie achat

BCC 3 Piloter les performances

SB Obligatoire

- Analyse de la performance commerciale
- SI et supply chain

SB Au choix

- Négociation skills
- Politique de prix / promotion

BCC 5 Transformer ses expériences en compétences

- Stage
- Talents et carrière
- Prise de parole en public - éloquence
- SAE - Challenge commerce et distribution

M2 MMD

Semestre 3

BCC 2 Développer une stratégie omnicanale et durable

- Marketing des services appliqué au retail
- Business model innovant et durable
- Marketing soutenable

BCC 3 Piloter les performances

SB Obligatoire

- Management et animation d'équipe
- Environnement juridique de la distribution

SB Au choix

- Retail branding et média
- Management de l'offre
- Management interculturel
- Organisation et droit du travail

BCC 4 Cultiver une approche critique dans un monde en transition

- Méthodologie de l'expertise
- Retail talk
- Management de la transition
- Enjeux internationaux et géopolitiques
- Suivis de mémoire

M2 MMD

Semestre 4

BCC 3 Piloter les performances

- Business game
- Pratique des études / mener une étude empirique
- Business case
- Suivis de mémoire

BCC 4 Cultiver une approche critique dans un monde en transition

- IA et business intelligence
- Gestion de projet
- Business ethics
- Research day

BCC 5 Transformer ses expériences en compétences

UE Synthèse opérationnelle

- Communication relationnelle
- Stage

UE UEPE

- Développer ses réseaux professionnels

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Les diplômés peuvent à la fois intégrer les centrales d'achat des enseignes mais aussi les sièges des fournisseurs de la grande distribution ainsi que les réseaux et points de vente. Ils occupent des postes de chef de produit, chef de marché, category manager, acheteur, gestionnaire approvisionnement, merchandiseur, chef de projet, responsable de l'expérience client, responsable pricing, chargé de la promotion des ventes, leader offre, responsable d'univers, manager commerce, responsable de rayon, directeur de supermarché, de rayon, chef de secteur commerce, chef de secteur relation client...

