

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 :

Selection sur dossier

48

Étudiants



-- %

Taux de sélection



-- %

Taux de réussite



UNIVERSITY
SCHOOL
OF MANAGEMENT



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

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 !

Service Communication IAE Lille | Novembre 2025 | Document non contractuel

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



MASTER
mention COMMERCE DISTRIBUTION

M1-M2 MMD
MARKETING
ET MANAGEMENT
DE LA DISTRIBUTION



UNIVERSITY
SCHOOL
OF MANAGEMENT

look beyond

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 phygital, 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 - eloquence
- SAE - Challenge commerce et distribution



M2 MMD

Semestre 3

BCC 2 Développer une stratégie omnicanale et durable

- Marketing des services appliqués 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...