



## MASTER Professionnel Commerce et Vente Option Marchandisage

---

### OBJECTIFS :

L'Institut Français de Marchandisage définit le marchandisage comme « l'élément de marketing-mix qui englobe les techniques commerciales à mettre en œuvre sur les lieux de vente dans le but de présenter les produits aux acheteurs dans les conditions matérielles et psychologiques optimales »

Le Master Commerce et Vente (Bac + 4 et 5), option Marchandisage, préparé à **i 2M Sup de Co Caraïbes** en partenariat avec **l'Université d'Artois** veut former des professionnels maîtrisant la triple logique : client / distributeur / producteur.

### Ce diplôme national a trois objectifs :

- **Insérer professionnellement les étudiants et approfondir leurs connaissances** concernant les relations avec les clients, les évolutions du comportement d'achat et leurs traductions en stratégies de marketing et en distribution moderne.
- **La maîtrise d'un savoir-faire** : acquisition d'un savoir-faire, d'un savoir-être transmis par des professionnels, des témoignages, des visites, études de cas, des séminaires de professionnalisation, la réalisation d'un stage professionnel de 3 à 6 mois et de son rapport.
- **La connaissance des milieux professionnels** : permettre aux étudiants d'analyser et de comprendre les enjeux politiques et économiques d'un pays, de les traduire en stratégies et actions adéquates, mais aussi de les formuler en terme de demande d'études ou de recherches. Développer les compétences nécessaires pour concevoir des systèmes de vente et de distribution en France ou à l'étranger.

### CONDITIONS D'ADMISSION ET DEROULEMENT DE LA FORMATION :

- **Master 1<sup>ère</sup> année** : toutes licences ou diplôme équivalent
- **Master 2<sup>ème</sup> année** : toutes maîtrises, Master 1 ou diplôme équivalent
- **Validation des acquis professionnels** : 3 ans d'expériences professionnelles
- Examen du dossier de candidature
- **Durée** : - 500 heures par année
- **La formation se déroule en alternance (périodes de professionnalisation, contrat de professionnalisation ou stage).**

### MODALITÉ DU CONTRÔLE DE CONNAISSANCE

Validation du diplôme à partir d'une moyenne générale 10/20 aux épreuves (examens, contrôles continus, dossiers) plus un mémoire théorique et un rapport de stage.

## Les débouchés:

- ✓ Responsable achat
- ✓ Chef de rayon
- ✓ Chef de projet merchandising
- ✓ Organisateur et approvisionneur en logistique
- ✓ Chef de marché ou de marque
- ✓ Responsable d'études
- ✓ Chef de produit
- ✓ Acheteur international
- ✓ Cadre supérieur commercial

## Le programme :

<p><b>Programme du Master 1</b></p> <p><b><u>Semestre 1 : Unités d'enseignements obligatoires :</u></b></p> <p><b>-Gestion de l'environnement et du point de vente :</b> *Zone de chalandise et attractivité du point de vente : 2 ECTS *Rentabilité du point de vente : 1 ECTS *Urbanisme commercial et réglementations d'urbanisme : 1 ECTS *Architecture commerciale : 1 ECTS</p> <p><b>-Le marketing mix du distributeur, les relations clients / fournisseurs :</b> *Typologie, politique des marchés et des produits, marketing mix du fournisseur : 3 ECTS *Cellule de décision, information sur le lieu de vente, communication : 1 ECTS *Relations juridiques distributeur/producteur : 2 ECTS *Evolution du marketing et consumérisme : 1 ECTS</p> <p><b>-Développement du sens artistique, analyse de l'image et des formes :</b> *Sémiologie : 1 ECTS *Analyse de l'image et des formes : 2 ECTS</p> <p><b>-Langages fondamentaux et outils méthodologiques :</b> *Anglais : 2 ECTS *Espagnol : 2 ECTS *Analyse socioculturelle : 2 ECTS</p> <p><b>-Outils d'aide à la décision :</b> *Informatique : 1 ECTS *Nouvelles technologies : 1 ECTS *Logiciels Merchandising : 1 ECTS *Statistiques et programmation des linéaires : 2 ECTS *Outils d'analyse des données marketing : 1 ECTS *Méthodologie : 1 ECTS</p> <p><b><u>Semestre 2 : Unités d'enseignements obligatoires :</u></b></p> <p><b>-Marketing mix et coût de merchandising :</b> *Etudes des coûts et optimisation des architectures logistiques : 3 ECTS *Agencement et design d'environnement : 2 ECTS *Offre de produit et de service : 1 ECTS *Offre des prix : 1 ECTS *Audit du rayon : 1 ECTS *Contrôle de gestion et planification : 2 ECTS *Synthèse (étude de cas) : 2 ECTS</p> <p><b>-Professionnalisation :</b> *Stage d'au moins 12 semaines et rapport d'activité : 8 ECTS *Mémoire : 12 ECTS</p>	<p><b>Programme du Master 2</b></p> <p><b><u>Semestre 1 : Unités d'enseignements obligatoires :</u></b></p> <p><b>-Gestion des relations clients :</b> *Gestion de la clientèle : 4 ECTS *Extraction de données clients (data mining) : 1,5 ECTS *Création de valeur pour le client et stratégie marketing : 3 ECTS *Segmentation produit : 1,5 ECTS *Communication stratégique : 1,5 ECTS *Comportement du consommateur et achat interactif à distance : 1,5 ECTS *Clarté de l'offre et distribution : 1,5 ECTS *Caractéristiques culturelles des nations et implications marketing : 1,5 ECTS</p> <p><b>-Marketing ; Marketing achat ; Marketing des services :</b> *Définition et spécificité du marketing industriel : 1,5 ECTS *Marketing achat, définition et gestion de l'information, processus d'achat et négociation d'achat : 4 ECTS *Performance achat : 1,5 ECTS *Marketing des services : 1,5 ECTS</p> <p><b><u>Semestre 2 : Unités d'enseignements obligatoires :</u></b></p> <p><b>-Maîtrise de l'environnement des entreprises et géopolitique :</b> *Conjoncture internationale et consommation : 1,5 ECTS *Analyse géopolitique et développement des produits : 3 ECTS *Politique économique, interaction, bourse, commerce et consommation : 1,5 ECTS *Histoire de la consommation : 1,5 ECTS *Analyse des faits socioculturels : 3,5 ECTS</p> <p><b>-Maîtrise et conception des systèmes de distribution :</b> *Distribution nationale et internationale : importance, évolution : 1,5 ECTS *Données géographiques et informations merchandising : 1,5 ECTS *Communication et élaboration des stratégies des merchandising : 1,5 ECTS</p> <p><b>-Nouvelles technologies et outils méthodologiques :</b> *Problématiques de création et de gestion d'un site de commerce électronique : 1,5 ECTS *Méthodologie de recherche en marketing : 4 ECTS</p> <p><b>-Anglais</b></p> <p><b>-Professionnalisation :</b> *Mémoire : 12 ECTS *Stage d'au moins 12 semaines et rapport d'activité : 8 ECTS</p>
---	--