

MASTER

— Marketing et Vente

COMET - Commercialisation et Marketing dans
l'Entreprise en Transition



Ce master a pour objectif de préparer les futurs professionnels du marketing et de la vente capables d'intégrer la transition digitale, environnementale et sociétale dans leurs stratégies.

ENSEIGNEMENTS

Master 1 - 490 heures

Le marketing à l'ère des transitions
Connaissance du client et de la fonction
Achat
Fondamentaux du marketing digital
Fondamentaux de la vente
Approche théorique de la transition
La boîte à outils de la transition
Marketing Data

Master 2 - 490 heures

Proposition de valeur orientée RSE
Expérience Client et Customer Success Management
Management de la force de Vente
Digitalisation de la force de vente
Gestion de projet agile et coordination de prestataires
Vente complexe et négociation stratégique
Atteindre et servir les clients en contexte VICA*
(* Volatilité, Incertitude, Complexité, Ambiguïté)
Innovation et lancement d'une offre B to B
Pilotage de plans marketing digital

Business game Inspir'action
Etudes en marketing
Analyse de données et de panels et
plan d'action opérationnel
Content Marketing
Lead management et social Selling
Rapport de mission Marketing-Vente-
Transition
Études de cas

Stratégies IA -Block Chain et Marketing-Vente
Reporting, performance et ROI
Initiation aux outils CRM
Conduite du changement dans l'entreprise en transition
Les outils du développement personnel
Les outils de la Transition personnelle
Projet de fin d'études: conduire un lancement de nouveau
produit/service en contexte de transition globale
Mémoire de fin d'études Marketing-Vente-Transition
Études de cas et projets de fin d'année soumises par des
entreprises du territoire et de la région AURA

+ D'INFORMATIONS



8 cours aux choix en e-learning sur les 2 années :

Les outils de simulation financière - Coûts et décision - Management interculturel - Manager des équipes - Fondamentaux et design de projets e-business Infographie - Collecter des données en management - Initiation au traitement de données en Python - Kit de survie en mathématiques pour gestionnaires - Manager des équipes - Les outils du management de projet - Cross cultural management et communication - Responsabilité Sociétale des Organisations (RSO)

ORGANISATION

- 2 ans de formation pour obtenir un niveau Bac+5
- 60% du temps en entreprise
- Formation proposée dans le cadre de l'alternance en contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation ou en formation continue.

Diplôme **délivré par**

SCHOOL OF MANAGEMENT
iaelyon

VOS INTERLOCUTEURS À BOURG

Pédagogie : valerie.girard@univ-lyon3.fr

Entreprise : marine.de-boni@univ-lyon3.fr

Scolarité : sophie.guillermin@univ-lyon3.fr



MISSIONS EN ENTREPRISE

Marketing stratégique et opérationnel

- Intégrer l'IA dans la stratégie marketing
- Veille concurrentielle et réglementaire sur un marché à fort enjeu
- Développement de partenariats visant à élargir le portefeuille client
- Lancement de nouveaux produits et de produits éco-conçus
- Étude d'un marché
- Préparation d'un salon ou d'un évènement important (de A à Z)
- Mise en place d'une nouvelle politique tarifaire
- Mise en place de journées techniques en direction des clients BtoB
- Optimisation de l'organisation des réponses aux appels d'offre
- Amélioration de la gamme de produits/services durables dans l'entreprise
- Implémentation de la démarche RSE dans la stratégie marketing-vente

Vente et digitalisation fonction marketing

- Mise en œuvre de nouvelles méthodes de prospection en BtoB
- Définition et mise en place d'une stratégie d'inbound marketing
- Définition et mise en place de la digitalisation des outils de la force de vente

Mesure de la performance marketing-vente

- Mise en place de tableaux de bord de suivi de la force de vente
- Analyse des ventes et amélioration de la segmentation client
- Analyse de la performance de la force de vente
- Optimisation de la présence des produits en rayon chez les distributeurs
- Amélioration de l'établissement des devis clients afin d'augmenter le taux de transformation

Communication/communication digitale

- Mise en place d'une stratégie de communication sur LinkedIn auprès des cibles BtoB
- Optimiser les campagnes d'emailing et de newsletters auprès des cibles BtoB

ÉTAPES DE L'ADMISSION

- 1 Master 1 :** Candidature via **monmaster**
Master 2 : Candidature via **eCandidat**
- 2** Sélection sur dossier
- 3** Entretien de sélection
- 4** Accompagnement à la recherche d'entreprises
- 5** Signature du contrat

RÉFÉRENCES DIPLÔME

Code diplôme : 13531276 - Code RNCP : 35907

COÛT DU CONTRAT

8 000 euros/an - Sous réserve de validation par les instances universitaires

ENTREPRISES PARTENAIRES

20% d'alternants placés dans des entreprises de l'Ain
40% dans le Rhône

