

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

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)

+ D'INFORMATIONS



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 événement 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 news-

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

