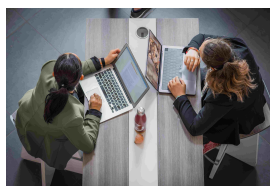


Master - Marketing, Vente - Commercialisation et Marketing dans l'Entreprise en Transition

Parcours

- Commercialisation et marketing des entreprises en transition



Présentation

Références diplôme

Code diplôme : 13531276 - Code RNCP : 35907

Dans un monde en **pleine transition écologique, sociétale, économique et digitale**, le master COMET en deux années a complètement **été repensé** afin de préparer les **futurs professionnels du Marketing et de la Vente** formés aux **enjeux de la transformation** et en **capacité de définir, puis mettre en œuvre les nouvelles approches du marketing et de la vente.**

Pour cela, il propose une **vision enrichie, moderne et prospective du rôle du Marketing et de la Vente au sein des entreprises** et en direction de leurs clients.

Véritables coordinateurs agiles, les diplômés sont en mesure de **piloter la transition de leur entreprise vers l'éco-conception de l'offre**, la **digitalisation du marketing** et de **la vente** tout en se positionnant comme des **chefs d'orchestre de la relation client**. A l'aise avec les **développements de l'Intelligence Artificielle**, sensibilisés à l'**hybridation des deux fonctions marketing-Vente** et à la **cocréation de valeur avec le client** ils savent **optimiser la performance** de leur entreprise par l'**accompagnement de la conduite du changement et le déploiement de nouvelles techniques marketing et commerciales au service de la RSE et du développement durable.**

Les alternants se verront dotés **dès la première année d'une approche enrichie du marketing et de la vente** avec l'acquisition de solides connaissances relatives à la **transition environnementale, digitale et sociétale**. Les frontières habituelles du marketing produit, du marketing des services, du marketing B to C, du marketing B to B et du marketing expérientiel seront revisitées **au profit d'une approche de type « écosystème » et non plus en « silo ».**

Chiffres clés

Taux d'insertion

90 %

Taux de réussite

87 %

Durée de la formation

- 2 ans

Lieu(x) de la formation

- Bourg-en-Bresse

Public

Niveau(x) de recrutement

- Bac + 3

Rythme

- En alternance

60% du temps en entreprise

- Contrat d'apprentissage
- Contrat de professionnalisation

Modalités

- Présentiel

Contacts

Responsables pédagogiques

- GIRARD Valerie
(Responsable)

Coordination pédagogique

Valérie Girard
Responsable
pédagogique
[valerie.girard@univ-](mailto:valerie.girard@univ-lyon3.fr)

La **deuxième année** est consacrée à l'**approfondissement des écosystèmes, du marketing et de la vente** dans un environnement où **les ressources deviennent rares, chères et dont l'usage doit être rationalisé**. Elle est aussi consacrée à une **meilleure connaissance de soi car l'apprenant doit aborder sa transition personnelle**. L'apprenant verra également sa formation consolidée au niveau des **modèles et outils de gestion du changement, de la mesure de la performance et la mise en place de nouveaux business model de création de valeur**.

Les entreprises visées sont dans un contexte de développement et de Transformation au niveau local, national ou international avec notamment des problématiques de relocalisation et de redéploiement des équipes marketing-vente.

Master Marketing Vente : choisir une formation initiale ou l'alternance ?

Compétences visées

- **Traduire la stratégie de l'entreprise en stratégie marketing et commerciale**
- Être capable de mener une stratégie qui prend en compte l'hybridation de la fonction Marketing-Vente
- **Intégrer la transition environnementale, digitale et sociétale dans la stratégie et l'opérationnel**
- Intégrer le digital dans la stratégie et l'opérationnel
- Définir la **politique commerciale et le pilotage de plans marketing digital**
- **Mettre en place et manager des équipes complémentaires, transversales ou interculturelles**
- **Elaborer et suivre des budgets.**
- Analyser des tableaux de bord d'activité
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre de la fonction marketing-vente de demain
- **Conduire un projet** (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) **pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif**

Photos de promotion - Promotion 2022-2023

[lyon3.fr](https://univ-lyon3.fr)



Scolarité

Fabienne BENONNIER
04 74 23 82 46
fabienne.benonnier@univ-lyon3.fr



Sophie GUILLERMIN
04 74 24 10 06
sophie.guillermin@univ-lyon3.fr



<https://www.univ-lyon3.fr/>

Université Jean Moulin Lyon 3

Campus de Bourg-en-Bresse

2 rue du 23e R.I.

01000 Bourg-en-Bresse



Témoignages de nos anciens

Nathalie RACLET - Diplômé du Master 2 - Marketing et Vente en B to B
- Promotion 2015



« J'ai choisi d'effectuer mon master dans un IAE permettant de bénéficier de cours de qualité tout en étant une université gratuite.

Le master Marketing et Vente en alternance, donne la possibilité de pratiquer et d'élargir ses compétences et connaissances grâce au travail effectué en entreprise. J'ai

énormément appris, et cela permet de totalement s'immerger dans le monde professionnel avant de terminer définitivement ses études. C'est une très bonne période de « transition » permettant d'acquérir une expérience professionnelle très importante.

Le Campus de Bourg en Bresse est très agréable, les enseignants sont très accessibles et sont en partie des professionnels nous transmettant leurs connaissances et diverses expériences en entreprise. C'est une université à taille humaine, ce qui a été pour moi très agréable sur les deux années d'études que j'y ai effectuées.

Suite à ce master, j'ai été embauché en tant que consultante en réalisation marketing dans la même entreprise que celle dans laquelle j'ai effectué mon alternance, ce qui est une très bonne continuité et montre la pertinence d'un master en alternance ».

[lyon3.fr](https://www.univ-lyon3.fr)



Placement en entreprise

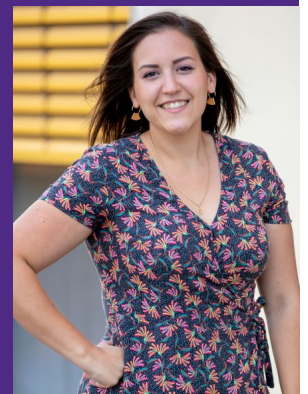
Marine DE BONI

04 74 23 82 45

07 81 33 00 67

[marine.de-](mailto:marine.de-boni@univ-lyon3.fr)

boni@univ-lyon3.fr



<https://www.univ-lyon3.fr/>

fr/

Université Jean Moulin Lyon 3

Campus de Bourg-en-Bresse

2 rue du 23e R.I.

01000 Bourg-en-Bresse



Pourquoi avoir choisi cette formation de l'IAE Lyon ?

« Une formation de qualité, reconnue par les professionnels avec un rapport qualité/prix sans comparaison possible vis-à-vis des Écoles de commerce.- L'appartenance au réseau IAE qui jouit d'un rayonnement en France comme à l'

international grâce aux anciens diplômés des 32 écoles du réseau. - L'alternance au sein du cursus ».

Quels sont les atouts de la formation ? « Les intervenants sont globalement des professionnels ce qui permet à la théorie de prendre toute son ampleur.

L'alternance, est un réel avantage par rapport aux étudiants d'un cursus classique, les entreprises apprécient ces profils grâce à l'organisation et la maturité que les étudiants développent. La formation : J'y ai acquis des compétences opérationnelles sur les différents volets des fonctions marketing et commerciales, et des cadres conceptuels me permettant de comprendre les enjeux de ces métiers et du management ».

Quels avantages pensez-vous en retirer pour votre future vie professionnelle / ou en retirez-vous dans votre vie professionnelle ?

« J'ai réalisé mon stage de Master 1 Master au sein de la filiale tchèque de PSA Peugeot Citroën, le Directeur de filiale qui m'a recruté était un ancien diplômé du réseau IAE. A l'issue de mon Master 2, grâce à mon expérience réussie chez PSA et mon cursus universitaire, j'ai obtenu un contrat VIE au sein de la filiale UK de PSA. J'occupe un poste de Web analyste au sein de l'équipe marketing Online. Sans mon parcours universitaire à l'IAE Lyon, ou j'y ai reçu un enseignement de qualité, reconnu par les entreprises, je n'exercerais pas aujourd'hui un métier passionnant dans un environnement international ».

Vincent GAVIOT - Diplômé du Master 2 - Marketing et Vente en B to B - Promotion 2010

« Le Master Marketing et Vente a mis un point d'honneur à mon cursus scolaire qui visait à acquérir une double compétence : technique et commerciale. Ainsi, après un DUT Génie Mécanique et Productique, mon souhait était de compléter mes compétences techniques par une formation orientée business avec une dimension internationale. Le but était très simple: acquérir une réelle valeur ajoutée pour faciliter mon entrée sur le marché du travail. Aujourd'hui, je suis en charge d'aspects

marketing et commerciaux pour une société franco-américaine, spécialisée dans le développement logiciel pour des systèmes électroniques embarqués. Je ne regrette absolument pas mon parcours car cette formation, ponctuée d'un stage à l'étranger (Master 1) et d'une année d'alternance (Master 2), me permet aujourd'hui d'appréhender sereinement des situations professionnelles aussi bien avec des ingénieurs techniques que des responsables commerciaux et marketing, et le tout, très souvent en Anglais ! »

Madeline CHEVILLARD - Diplômé du Master 2 - Marketing et Vente en B to B - Promotion 2018

Quel métier exercez-vous actuellement ?

Je suis actuellement en VIE, Volontariat International en Entreprise, en Australie et ma mission est à mi-chemin entre une fonction commerciale et marketing. Je suis toujours dans l'entreprise dans laquelle j'ai réalisé mon alternance, où j'ai occupé, avant le VIE, le poste de Responsable Communication.

Quel a été votre parcours de formation pour arriver à ce métier ?

Après avoir réalisé une licence Sciences Economiques et de Gestion j'ai intégré le master Marketing et Vente BtoB du campus de Bourg en Bresse en alternance.

Quel a été votre meilleur souvenir sur le Campus de Bourg-en-Bresse ?

Mon meilleur souvenir est la promotion avec laquelle j'ai passé les deux ans du master. Nous avons tout de suite tissé de belles relations. Cette bonne entente a insufflé dans le travail une dynamique d'entraide, pas du tout concurrentielle, qui était très agréable. C'était toujours un plaisir de revenir en cours après une période d'alternance.

Quelle est la particularité du Campus de Bourg-en-Bresse selon vous ?

La particularité du Campus est, comme souvent mis en avant, sa taille humaine. La proximité étudiants, corps enseignant est privilégiée. Les locaux et services mis à disposition sont de qualité et permettent d'étudier dans de très bonnes conditions (calme, ressources mises à disposition...). Le campus est également très proactif dans l'organisation d'événements de networking.

Si vous deviez donner un conseil ou un enseignement aux futurs étudiants/ alternants quel serait-il ?

L'alternance est une chance professionnellement et personnellement. Pendant ces années on rencontre beaucoup de personnes, tuteurs, collègues, étudiants, enseignants, intervenants professionnels... alors il ne faut pas hésiter à profiter de cette richesse pour échanger et surtout apprendre de leur expérience et leur parcours.

Quel métier exercez-vous actuellement ?

Ingénieur Commercial – Chargé de Clientèle au sein de Dalkia groupe EDF

Quel a été votre parcours de formation pour arriver à ce métier ?

Après 3 années d'étude dans le domaine de l'énergétique (DUT génie thermique et énergie et Licence pro expertise énergétique) j'ai réalisé un master marketing et vente en BtoB au campus de Bourg en Bresse en alternance au sein de mon actuel employeur Dalkia

Quel a été votre meilleur souvenir sur le Campus de Bourg-en-Bresse ?

Mes 2 années au sein du campus ont été de bon souvenir. Campus à taille humaine dans des infrastructures de qualités et très bien entretenues. Il y a une très bonne ambiance et l'équipe est top ! De nombreuses animations sont organisées ce qui permet de rencontrer d'autres personnes étudiants sur le campus.

Quelle est la particularité du Campus de Bourg-en-Bresse selon vous ?

Comme évoqué au-dessus : la taille du campus. Le fait de faire ses études dans une ambiance conviviale et dans un campus à taille humaine est très appréciable.

Le personnel nous connaît et on peut échanger facilement avec eux.

Si vous deviez donner un conseil ou un enseignement aux futurs étudiants/ alternants quel serait-il ?

De réaliser un cursus en alternance, une formation qui prépare vraiment à l'entrée dans le monde du travail. De ne pas négliger la mission au sein de l'entreprise car c'est quand même 80% de notre temps de formation.

En effet, parfois le seul objectif est de trouver une alternance peu importe la mission en raison des difficultés de recherche, mais cela peut se retrouver contreproductif.

Julie LOPEZ - Diplômé du Master 2 - Marketing et Vente en B to B - Promotion 2018

Quel métier exercez-vous actuellement ?

Chef de publicité pour le journal Le Dauphiné Libéré

Quel a été votre parcours de formation pour arriver à ce métier ?

J'ai d'abord effectué un DUT Gestion des Entreprises et des Administrations puis une licence CMI (Commerce et Management International) puis une Licence AES (Administration des Entreprises et des Sociétés) pour enfin faire le Master Marketing et Vente BtoB sur le Campus de Bourg-en-

Bresse.

Quel a été votre meilleur souvenir sur le Campus de Bourg-en-Bresse ?

Un de mes meilleur souvenir a été la soirée des anciens étudiants qui permet de revoir l'ensemble des diplômés, les enseignants, les équipes administratives et les partenaires du Campus.

Quelle est la particularité du Campus de Bourg-en-Bresse selon vous ?

C'est une université à taille humaine ! Une relation de proximité avec tout le personnel est instaurée dès le début de l'année universitaire. Bien évidemment les cours dispensé sont de meilleure qualité grâce au petit effectif de promotion. On peut facilement intervenir en cours.

Si vous deviez donner un conseil ou un enseignement aux futurs étudiants/alternants quel serait-il ?

Profitez de l'enseignement de l'iae Lyon dans une université à taille humaine !

Loriane MASSON - Diplômé du Master 2 - Marketing et Vente en B to B
- Promotion 2018

1- Quel métier exercez-vous actuellement ?

Je suis Chef de projet marketing.

2- Quel a été votre parcours de formation pour arriver à ce métier ?

J'ai effectué une licence AES de l'iaelyon sur le campus de Lyon puis le master en marketing et vente BtoB de l'iaelyon sur le campus de Bourg en Bresse.

3- Quel a été votre meilleur souvenir sur le Campus de Bourg-en-Bresse ?

La proximité avec les étudiants et membres du Campus (professeurs, intervenants, responsables de formation...) qu'on ne retrouve pas sur le campus de Lyon.

4- Quelle est la particularité du Campus de Bourg-en-Bresse selon vous ?

L'état d'esprit, la cohésion, la proximité !

5- Si vous deviez donner un conseil ou un enseignement aux futurs étudiants/ alternants quel serait-il ?

N'hésitez-pas à faire votre formation au campus de Bourg en Bresse car les petites promotions avec peu d'élèves (par rapport à Lyon) aident à l'apprentissage et à la réussite !

Même si j'étais réticente lorsqu'on m'a annoncé que je faisais mon Master à Bourg en Bresse, je ne regrette rien car c'était les deux meilleures années d'études de tout mon cursus !

Spécificités

- Ce master a pour objectif de **préparer les futurs professionnels du Marketing et de la Vente à la réflexion stratégique** et à la **mise en œuvre opérationnelle de la transformation des PME sur le plan digital et environnemental**.
- Dans le cadre du master, [vous pouvez participer au Challenge des Dirigeants commerciaux de France.](#)
- Ce master se fait en **totale immersion en entreprise grâce à l'alternance** permettant ainsi de **mettre en place et d'affiner un projet professionnel cohérent**.
- **L'organisation de ce master** sur le Campus de Bourg-en-Bresse **répond aux besoins spécifiques des entreprises du territoire**.
- [Un réseau des anciens diplômés actif et dynamique sur la plateforme professionnelle LinkedIn.](#)

Admission

Pré-requis

Formation(s) requise(s)

Les candidats doivent être titulaires :

- d'une Licence ou 180 crédits dans un diplôme équivalent pour postuler en Master 1
- d'un Master 1 ou 240 crédits dans un diplôme équivalent pour postuler en Master 2

Le Master s'adresse à des étudiants ayant déjà acquis des connaissances de base en **sciences de gestion** (par exemple des étudiants ayant effectué une [licence de gestion](#)) une formation initiale technique ou scientifique.

Le Campus de Bourg-en-Bresse propose une **PASSERELLE ACCÈS. [La licence CEG \(Complément d'études en gestion\)](#) donne la possibilité à des étudiants en BTS ou DUT avec des profils techniques ou scientifiques d'intégrer par la suite ce master Marketing et Vente.**

Candidature

Modalités de candidature

Etape 1 - Candidature

Pour les étudiants extérieurs à l'iaelyon :

- le résultat du [Test SIM](#) (Score IAE Message) est OBLIGATOIRE



<https://www.univ-lyon3.fr/>

Université Jean Moulin Lyon 3

Campus de Bourg-en-Bresse

2 rue du 23e R.I.

01000 Bourg-en-Bresse

- le résultat du Test TAGE MAGE et GMAT pour les étudiants internationaux

- Résultat du Test TOEIC est obligatoire pour tous** (même les étudiants internationaux issus de pays anglophones)

** sauf les adultes en formation continue



Etape 2 : Pré-sélection

Pré-sélection sur dossier par la responsable pédagogique, Valérie Girard

Etape 3 - Jury de sélection

Entretien de type professionnel avec les équipes pédagogiques du diplôme accompagnés par des professionnels ainsi que par les personnels de scolarité.

Etape 4 - Admission et Accompagnement

Lorsque vous êtes admis dans la formation, **Marine De Boni vous accompagne dans vos recherches d'alternance**. Séance de coaching, cv book, job dating tout est mis en oeuvre pour vous accompagner dans vos recherches et vous faire bénéficier de notre large réseau d'entreprises partenaires. marine.de-boni@univ-lyon3.fr

Comment rédiger sa lettre de motivation pour intégrer le master marketing vente de l'iaelyon sur le campus de Bourg-en-Bresse?



<https://www.univ-lyon3.fr/>

Université Jean Moulin Lyon 3

Campus de Bourg-en-Bresse

2 rue du 23e R.I.

01000 Bourg-en-Bresse

Etape 5 - Recrutement par l'entreprise

L'inscription à la formation n'est effective qu'à la signature d'un contrat d'alternance avec une entreprise et sous réserve des places disponibles.

Etape 6 - Inscription

Une fois le contrat signé vous pourrez vous inscrire sur le Campus en suivant les différentes démarches.

Coût de la formation pour l'alternant : 92 CVEC par années

(Contribution de Vie Etudiante et de Campus). Ne concerne pas les contrats de professionnalisation.

Coût de la formation pour l'entreprise (pris en charge par son OPCO) :
7 600,00 €

Et après ?

Niveau de sortie

Année post-bac de sortie

- Bac + 5

Niveau de sortie

- Niveau 7

Activités visées / compétences attestées

Marketing stratégique et opérationnel

Intégrer l'IA dans la stratégie marketing

Mener une veille concurrentielle et réglementaire sur un marché à fort enjeu

Développement de partenariats visant à élargir le portefeuille client

Mission lancement d'un nouveau produit dans une logique de transition

Mission étude d'un marché

Mission préparation d'un salon ou d'un événement important (de A à Z)

Mission lancement de produits éco-conçus

Mise en place d'une stratégie de communication visant à informer les clients des développements de produits/offres de service durables de l'entreprise

Mise en place d'une nouvelle politique tarifaire

Mise en place de journées techniques en direction des clients

Mission optimisation de l'organisation des réponses aux appels d'offre

Mission amélioration de la gamme de produits/services durables dans l'entreprise



Vente et digitalisation de la fonction

Réorganisation de la force de vente pour répondre à la transition
Mise en œuvre de nouvelles méthodes de prospection
Définition et mise en place d'une stratégie d'inbound marketing
Définition et mise en place des outils de digitalisation 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
Mission analyse de la performance de la force de vente
Mission optimisation de la présence des produits en rayon chez les distributeurs
Mission 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
Optimiser les campagnes d'emailing et de newsletters auprès des cibles

Secteurs d'activité ou type d'emploi

Quels sont les débouchés pour un master Marketing Vente en alternance ?

Métiers accessibles après le master Marketing et Vente - Parcours: Commercialisation et Marketing des entreprises en Transition (COMET)

- [Chef de produit](#)
- Responsable marketing et commercial
- Responsable marketing, Responsable Marketing et Transition
- Responsable commercial, Responsable Marketing et Transition
- Chargé(e) du Sales Enablement
- Lead Manager
- Customer Success Manager
- Chef(fe) de développement de marché France ou à l'international
- Responsable Sustainable marketing
- Chef de projet transition – Chef de projet RSE/Marketing-Vente



Programme

Le Master se déroule sur 2 ans et commence en septembre.

Les enseignements sont assurés par des enseignants-chercheurs de [l'iaelyon](#) et par des intervenants professionnels, experts reconnus dans leur métier.

Nombre total d'heures de formation sur les deux ans: **980 heures**

Master 1 - Semestre 1

UE1 : Comprendre le client à l'ère des transitions

Le marketing à l'ère des transitions - 20h

Connaissance du client et de la fonction Achats - 20h

UE2 : Accéder aux marchés

Introduction au marketing digital - 20h

Introduction à la vente - 20h

UE3 : Comprendre les transitions

Approche théorique de la transition - 20h

La boîte à outils de la transition - 20h

UE4 : Cours au choix

Marketing data - 20h

Cours 2 à choisir parmi la liste des cours à choix (e-learning) - 20h

Cours 3 à choisir parmi la liste des cours à choix (e-learning) - 20h

UE 5 : Jeu d'entreprise / Business Game

Jeu d'entreprise - 20h

UE Professionnalisation

Réalisation autonomie de projet

Tutorat collectif

Tutorat individuel

Master 1 - Semestre 2



<https://www.univ-lyon3.fr/>

Université Jean Moulin Lyon 3

Campus de Bourg-en-Bresse

2 rue du 23e R.I.

01000 Bourg-en-Bresse

Comprendre le marché à l'ère des transitions

Etudes en marketing (quali/quant) - 20h

Analyse de données et de panels et plan d'action opérationnel - 20h

Attirer et fidéliser le client en transition

Content Marketing - 20h

Lead management et social Selling - 20h

Conférences

Conférences transversales et spécifiques - 20h

Cours au choix

Cours 1 à choisir parmi la liste des cours à choix (e-learning) - 20h

Cours 2 à choisir parmi la liste des cours à choix (e-learning) - 20h

Séminaire international et jeu d'entreprise

Séminaire international - 20h

Expérience professionnelle

Note entreprise

Note de synthèse et soutenance

Professionnalisation

Assistance personnalisé

Réalisation autonome de projet

Tutorat collectif

Tutorat individuel

Master 2 - Semestre 3

Création de valeur dans l'entreprise en transition

Intelligence Artificielle et proposition de valeur - 20h

Expérience Client et Customer Success Management - 20h

Manager et digitaliser la force de vente dans l'entreprise en transition

Management de la force de Vente - 20h

Intelligence Artificielle et Digitalisation de la force de vente - 20h

Cocréation de valeur avec le client dans l'entreprise en transition

Gestion de projet agile et coordination de prestataires - 20h

Vente complexe et cocréation de valeur avec le client - 20h

Atteindre et servir les clients en contexte VICA*



Innovation et lancement d'une offre BtoB - 20h
Pilotage de plans marketing digital - 20h

Suivi de la performance et de la relation client dans l'entreprise en transition

Reporting, performance et ROI - 20h
Initiation aux outils CRM - 20h

E-learning et Spé

E-learning-catalogue - 20h
Approfondir les Transitions: Stratégies IA et Block Chain - 20h

Master 2 - Semestre 4

Approche des clients stratégiques dans l'entreprise en transition

Négociation commerciale - 20h
Fidélisation et gestion des grands comptes - 20h

Suivi de la performance et de la relation client dans l'entreprise en transition

Reporting, performance et ROI - 20h
Initiation aux outils CRM - 20h

Manager différemment

Conduite du changement dans l'entreprise en transition

Séminaire international et Projet de fin d'études

Projet de fin d'études: conduire un lancement de nouveau produit/service en contexte de transition globale - 20h
Séminaire international - 18h
Cours en e-learning - 20h

