DAUPHINE UNIVERSITÉ PARIS | MASTER MARKETING & STRATEGIE
206 - DISTRIBUTION ET RELATION CLIENT

PSL RESEARCH UNIVERSITY PARIS

En Formation initiale

450 heures de cours

150 heures de projet

6 mois de stage

www.master4206.dauphine.fr

Objectifs de la formation

A l'heure où le e-commerce et le commerce connecté viennent révolutionner la relation entre clients, fabricants et distributeurs, le **parcours Distribution et relation client** projette les étudiants au cœur des enjeux rencontrés par les acteurs de ce monde en transition.

La pédagogie innovante de ce parcours repose sur le « learning by doing » basé sur l'hypothèse que l'on apprend plus efficacement en travaillant sur des projets qui nécessitent de mobiliser des concepts et connaissances diversifiés, qu'à travers une succession de cours théoriques.

Une journée par semaine est consacrée aux deux projets fil rouge de l'année, l'observatoire de l'innovation commerciale SCOPS et le projet de commerce connecté C-STORE, qui mettent l'innovation et le cross-canal au cœur des apprentissages.

Débouchés

Chiffres clés (statistiques issues de la promotion 2013)

- Le jour de la remise des diplômes, un tiers des étudiants avait signé un CDD ou CDI
- Le salaire moyen d'embauche est de 36k€

Dans quelles entreprises ?

Principalement dans le secteur du retail : Distribution à dominante alimentaire (Auchan, Carrefour, Intermarché) ; Grands magasins (Galeries Lafayette, Printemps) ; Distribution spécialisée et commerce électronique (L'Occitane en Provence, Guerlain, Club des Créateurs de Beauté, etc.) ; Centres commerciaux (Apsys, Unibail-Rodamco, etc.) et de la grande consommation (l'Oréal, Danone, Unilever, Coca-Cola, etc.)

Principales fonctions exercées

Chef de produit acheteur, Category manager, Chef de secteur, Manager de rayon, Chef de projet CRM ou e-commerce, Marketing digital, Responsable marketing relationnel, Responsable merchandising, Directeur ou Responsable marketing de centre commercial, etc.

La formation

Les cours se déroulent sur 7 mois. Une journée entière est consacrée aux projets qui sont au cœur de la pédagogie du parcours. Les visites d'entreprises sont nombreuses (Auchan Luxembourg, Danone, Intermarché, Vente-privée, L'Oréal, Printemps, Sitel, etc.), ainsi que les cas menés en partenariat avec des entreprises (Michel et Augustin, Citadium, etc.).

Les enseignements

Marketing avancé
Marketing planning
Marketing Interculturel
Financial Management for Marketing

Management de la distribution
Stratégie des distributeurs
Global Retail Marketing
Pilotage et management des enseignes
Merchandising et e-merchandising
Management des MDD
Management des systèmes d'information et de la supply chain

Relations industrie-commerce
Négociation commerciale
Achats
Category management

Relation client
Management de la relation client
CRM analytique et opérationnel
Web marketing et marketing cross-canal

Projets et accompagnement vers l'emploi
SCOPS, observatoire de l'innovation commerciale
C-STORE : projet de commerce connecté
Keymatch : challenge entreprise d'une semaine
Voyage d'études : une semaine en Corée du Sud en 2014
Séminaire de recherche d'emploi
Anglais : projet professionnel et entretien de recrutement

Conditions d'admission

- Candidatures en ligne en janvier-mars sur **candidatures.dauphine.fr**
- Entretien de motivation pour les admissibles
- Admission en avril

L'admission se fait sur sélection à partir du dossier scolaire et de la rédaction d'une note de synthèse sur un sujet imposé

Le programme est réservé aux étudiants diplômés d'un M1 ou équivalent.

Les anciens parlent du parcours

Quentin Fournier, promotion 2011-2012, Responsable marketing chez Aéroville, Unibail-Rodamco

« Le parcours m'a permis d'approfondir tous les sujets qu'un manager marketing est susceptible de traiter, et d'acquérir une analyse tranchée sur le retail dans son ensemble, mais aussi sur des sujets tels que le digital ou le merchandising. Mes expériences en sortant de la formation, en tant que chef de projet merchandising chez L'Oréal Luxe puis comme responsable marketing du dernier centre de shopping d'Unibail-Rodamco, n'ont été possibles que grâce à la richesse et à la diversité de cet enseignement. Projets, enseignants impliqués, voyage d'étude et convivialité : voilà ce qui fait la qualité exceptionnelle de ce cursus ! »

Loriane Bernaudin, promotion 2012-2013, Chef de projet e-commerce chez l'Occitane en Provence

« Le parcours Distribution et relation client est la meilleure façon de découvrir la distribution et la relation client sous toutes leurs formes. Grande consommation, distribution spécialisée, e-commerce, etc. tout est abordé au travers de projets très concrets et passionnants, encadrés par des enseignants et des professionnels à la pointe de leur domaine. Autant de temps forts qui m'ont permis de concrétiser mon projet professionnel en étant rapidement opérationnelle »

Contacts

Assistante pédagogique

Astrid JOUSLIN DE NORAY
astrid.jouslindenoray@dauphine.fr
Tél : 01 44 05 41 23

Directeurs de formation

Valérie Renaudin
DMS, bureau A121
valerie.renaudin@dauphine.fr

Denis Bied-Charreton
DMS, bureau A119
denis.biedcharreton@gmail.com