

RÉFÉRENT DE SPÉCIALITÉ



Michel MAKIELA
direction-msc@icn-artem.com

LANGUE

🇫🇷 Français / Anglais 🇬🇧

DURÉE

Bac+3 : 2 ans (MSc 1 + MSc 2)

Bac+4/5 : 1 an (entrée directe en MSc 2)

LES 3 POINTS FORTS

Acquérir une connaissance approfondie du management des différents canaux de distribution (réseaux de distribution, vente en ligne, force commerciale).

Maîtriser les fondamentaux du marketing B2C en intégrant à la fois le point de vue des enseignes et des marques de produits de grande consommation pour mieux comprendre les enjeux de la transformation digitale et du marketing omnicanal.

Se former aux différents aspects du marketing B2B et de la négociation commerciale dans des secteurs variés.

MODALITÉS

MSc 1
Rythme classique - Nancy

MSc 2
Rythme alterné 1 semaine école et 3 semaines entreprise - Nancy

OBJECTIFS DU PROGRAMME

Ce programme vise à préparer de jeunes managers aux métiers du marketing et de la vente pour les marchés des particuliers (B2C) et des entreprises (B2B) dans le domaine des produits de grande consommation, des biens d'équipement, des services ou des solutions.

MODULES DU PROGRAMME

Ce programme s'articule autour de 2 volets complémentaires :

- ▶ D'une part la commercialisation de produits de grande consommation à travers des réseaux de distribution avec des points de vente physiques ou des sites de vente en ligne.
- ▶ D'autre part la vente de produits, de services ou de solutions dans un contexte B2B.

VOLET B2C

Les étudiants approfondiront leur connaissance des réseaux de distribution à travers des cours portant sur les fondamentaux du marketing d'enseigne et du point de vente, l'exploitation des panels et des enquêtes clients et les leviers utilisés par les marques à travers le category management. Ils mettront en œuvre ces connaissances pour concevoir une offre commerciale sur un projet réel confié par une enseigne partenaire. Dans un deuxième temps, les étudiants analyseront les spécificités de la vente en ligne à travers l'étude du Business Model d'entreprises reconnues pour leur savoir-faire dans le domaine (Amazon, Veepee ..) et pourront voir comment les réseaux de distribution traditionnels font évoluer leur organisation pour gérer au mieux les parcours d'achat des consommateurs qui utilisent à la fois des canaux physiques et des canaux digitaux.

DÉBOUCHÉS POSSIBLES

Au sein des marques ou des enseignes

- ▶ Chef de produit
- ▶ Manager commercial
- ▶ Chef de marché
- ▶ Category manager
- ▶ Acheteur
- ▶ Chef de projet
- ▶ Consultant ou responsable marketing e-commerce
- ▶ Business Development Manager ou Responsable Commercial Grand Compte dans la vente de projets, de services ou de solutions complexes dans un contexte B2B dans des secteurs variés (conseil, informatique, recrutement, biens d'équipements, automobile, financement...)

EXEMPLES D'ENTREPRISES PARTENAIRES

- Altran
- Auchan
- Boulanger
- Cora
- Decathlon
- Ferrero
- Hilti
- Kronenbourg
- Lidl
- Leroy Merlin
- Lohmann & Rauscher
- Olinn Finance

VOLET B2B

Présente les fondamentaux du marketing utilisé dans la vente aux entreprises avec de nombreux témoignages d'entreprises partenaires (équipementiers automobiles, SSII, éditeurs de logiciels, solutions de financement, services de location ...). Les étudiants pourront ainsi appréhender les différents types d'organisation commerciale mis en place pour servir des clients de taille variable (TPE, PME, Grands Comptes). Ils approfondiront leur connaissance de la négociation commerciale dans un environnement B2B à travers l'étude des processus clés mis en place par la fonction Achats pour gérer les relations avec les fournisseurs : définition du besoin, recherche de fournisseurs, appels d'offres, analyse des offres, négociation, contractualisation.



La formation DEC propose une approche très professionnalisante du fait des projets concrets abordant de vraies problématiques d'entreprise. C'est un parcours qui permet de véritablement développer ses compétences en gestion de projet ; je pense notamment à la collaboration avec CORA où nous avons travaillé avec les professionnels de l'enseigne sur de réelles problématiques. Une expérience qui fut très enrichissante et donnant une réelle valeur ajoutée lorsqu'on recherche un premier stage ou un premier emploi. Ce MSc permet des débouchés assez larges car abordant plusieurs domaines d'entreprise (commercial, digital, achats, etc). Dans ma promotion nous avons tous des métiers différents aujourd'hui : Conseil, business developer, catégorie manager, chef de projet ... Après avoir débuté chez MAKE UP FOR EVER (LVMH) en tant qu'assistante chef de projet e-commerce BtoB, j'occupe aujourd'hui une fonction de chef de projet e-commerce BtoB et BtoC en charge du site e-commerce Europe de la marque, aussi bien sur la partie animations commerciales/marketing, business/analytique, mais aussi technique/gestion du CMS.

Morgane Collin
Chef de projet e-commerce MAKE UP FOR EVER

INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPMENT

nancy

HEAD OF SPECIALISATION



Christophe STALLA-BOURDILLON

direction-msc@icn-artem.com

LANGUAGE

 English

DURATION

Candidates with 3 years of studies/ 180 ECTS credits :
2 years

Candidates with 4 years of studies/ 240 ECTS credits :
1 year

THE 3 KEYS STRENGTHS

Une formation animée par des enseignants spécialistes de haut niveau et par des professionnels de l'international.

Des relations suivies avec les entreprises qui pratiquent l'international au quotidien (Conseillers du Commerce Extérieur France)

Immersion en entreprise à travers des visites, rencontres avec des professionnels du secteur ainsi qu'un stage long de fin d'études (5 mois minimum) permettant d'intensifier les contacts avec le monde professionnel.

STUDY RHYTHM

MSc 1

2021-2022

Full time studies - Nancy campus

MSc 2

Study/work rhythm - 1 week of school/ 3 weeks of work - Nancy campus

PROGRAMME OBJECTIVES

The programme has four main thrusts and enables students to:

- ▶ Understand, analyze and leverage cultural differences in the workplace to acquire high-level skills in international negotiations (import and export).
- ▶ Master the European business world, as well as international trade techniques.
- ▶ Implement and run international development projects.
- ▶ Identify and evaluate international business opportunities.

PROGRAMME MODULES

The programme is split into modules that allow students to acquire international trade and negotiation techniques and discover which regions of the world have the greatest business potential:

- ▶ International Practice
- ▶ International Sourcing & Logistics
- ▶ International Commerce
- ▶ International Negotiation Techniques
- ▶ Export Project and Strategy
- ▶ Advanced Negotiation
- ▶ Business Development and Business Plan
- ▶ Developing Business

CAREER OPPORTUNITIES

- ▶ Export Department Manager
- ▶ Export Zone Manager
- ▶ Export Development Manager
- ▶ International Negotiator, Import and
- ▶ Export Operations Specialist
- ▶ Entrepreneur



A FEW OF OUR BUSINESS PARTNERS

- Saint-Gobain PAM, Pont-à-Mousson
- Rehau, Morhange
- FE Group, Flavigny sur Moselle
- Ets Moine, Xertigny
- CCI International, Lorraine
- Helvetia Assurances, Colmar



The IBD MSc was an extremely rewarding year for me that broadened my horizons and widened my knowledge base, mainly due to the unique nature of the course and the high quality of teaching. This degree also introduced me to international trade and exposed me to cultural differences, which have an important impact on trade negotiations between countries.

Amandine Dabrowski
IBD MSc graduate

MARKETING & INGÉNIERIE DES AFFAIRES

nancy / PARIS

RÉFÉRENT DE SPÉCIALITÉ



Olivier BRAUN

direction-msc@icn-artem.com

DURÉE

Bac+3 : 2 ans (MSc 1 + MSc 2)

Bac+4/5 : 1 an (entrée directe en MSc 2)

LANGUE

 Français /  Anglais

LES 3 POINTS FORTS

Une formation combinant haute qualité académique et fort degré de professionnalisation.

Une formation qui allie l'acquisition de connaissances techniques et pratiques (hard skills) et le développement des comportements professionnels (soft skills).

Une formation en alternance (statut d'étudiant) et de nombreuses entreprises partenaires.

MODALITÉS

MSc 1

Rythme alterné 1 semaine école et 3 semaines entreprise

MSc 2

Rythme alterné 1 semaine école et 3 semaines entreprise- Nancy et Paris

OBJECTIFS DU PROGRAMME

Ce programme vise à former aux évolutions des métiers du marketing qui se concentrent de plus en plus vers la gestion d'un projet, c'est-à-dire de la conception à sa réalisation. L'étudiant sera en mesure d'étudier le marché, de concevoir un produit ou un service, puis d'en assurer le développement commercial à l'international.

La formation s'adresse ainsi à des étudiants voulant développer des compétences professionnelles au sein d'une entreprise tout en spécialisant leurs connaissances par un programme dédié à la gestion de projet en marketing, la négociation de solutions complexes et le développement des affaires.

MODULES DU PROGRAMME

Pour se préparer à « l'esprit projet » du domaine des affaires, les étudiants vont apprendre les connaissances clefs et les utiliser au travers d'études de cas et de cours assurés par des professionnels du secteur. Ainsi, la première année d'études facilite l'intégration des connaissances indispensables aux métiers visés par cette formation à travers les modules sur la compréhension du comportement client, la définition de l'offre commerciale, la mise en œuvre d'objectifs (pilotage de la performance commerciale) et le management de l'omnicité.

La deuxième année, quant à elle, est dédiée à la professionnalisation des étudiants à travers les modules de management des projets et des équipes, de négociation des solutions complexes, de marketing relationnel et de la marque et de développement des affaires dans un environnement international.

DÉBOUCHÉS POSSIBLES

Les secteurs d'activité visés sont les services, l'industrie et la distribution.

Cœur de cible des métiers de la formation

- Ingénieur d'Affaires ou Responsable d'Affaires
- Animateur de réseau auprès d'un franchisé et Business Developer
- Chef de projet marketing

Métiers accessibles

- Chef des ventes, de secteur, de produits
- Responsable grand compte, ou Key account Manager
- Chef de projet en marketing
- Chef de produit
- Chef de marché
- Responsable de centre de profit

EXEMPLES D'ENTREPRISES PARTENAIRES

- Auchan
- Crédit Mutuel
- EDF
- ENGIE
- Suez



J'ai tout de suite compris que le marketing, considéré à la fois comme un art et une science, était la discipline qui me procurait le plus d'enthousiasme. Le parcours Marketing et Ingénierie d'Affaires m'est alors apparue comme un choix d'excellence afin de combiner connaissances théoriques à l'école et mise en application pratique en entreprise.

30% de mon temps, je suis à l'école et j'étudie les cours de marketing stratégique, marketing digital et B2B, marketing et distribution, gestion de projet, management organisationnel, management interculturel qui me permettent de comprendre les enjeux majeurs du marketing liés à l'innovation, dans les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs confondus pour les prochaines années à venir.

70% de mon temps, je suis en entreprise et suis formé au métier de Chef de Produit chez EDF à Paris La Défense. Je travaille au sein de la direction marketing sur deux produits innovants à destination de clients particuliers (B2C), dont un produit actuellement en phase de lancement. Mes missions consistent à commander des études de marché puis analyser leurs résultats, élaborer la stratégie marketing des offres (ciblage, segmentation, positionnement) ainsi qu'à travailler sur le marketing opérationnel des offres (prix, produit, communication, distribution).

Enzo DIDI

Élève au sein de la formation Marketing et Ingénierie d'Affaires