

Formation en alternance	Formation initiale
Formation continue	VAE

### Modalités de candidature :

Master 1 : Mon Master (étudiant-es français-es et de l'UE, du 17 février au 16 mars 2026) ou Études en France (étudiant-es hors UE)

Master 2 : eCandidat (étudiant-es français-es et de l'UE, session 1 du 10 février au 25 mars 2026, session 2 sous réserve de places disponibles du 10 avril au 23 mai 2026) ou Études en France (étudiant-es hors UE)

Admission sur étude du dossier de candidature suivie d'un entretien de motivation.

### Pour candidater :

<https://www.univ-gustave-eiffel.fr/la-formation/candidatures-et-inscriptions/candidatures>

RNCP : 35907

### Lieux de formation :

Campus Marne la Vallée - Champs sur Marne - Bâtiment Bois de l'Etang 5 Boulevard Descartes 77420 Champs-sur-Marne

### Calendrier :

2 jours à l'IAE, 3 jours en entreprise.

### Contacts :

Alain DEBENEDETTI (M1)  
Responsable de formation

Rola HUSSANT-ZEBIAN (M2)  
Responsable de formation

Emilie VEZZOLI (M1)  
Assistante pédagogique  
m1mv.iae@univ-eiffel.fr  
Téléphone : 01 60 95 70 67  
Bureau : B002

Sandrine DEROU (M2)  
Assistante pédagogique  
m2mms.iae@univ-eiffel.fr  
Téléphone : 01 60 95 70 66  
Bureau : B012

Formation Continue  
Fahmia MLANAO  
01 60 95 70 21 - fc@univ-eiffel.fr

**Plus d'informations :**  
Service Information,  
Orientation et Insertion Professionnelle (SIO-IP) :  
[sio@univ-eiffel.fr](mailto:sio@univ-eiffel.fr) / Tel : -33 1 60 95 76 76



# Master Marketing, vente Marketing et Management de l'Expérience Client (MMX)



UFR de Sciences Économiques et de Gestion (SEG)  
IAE Paris-Est

Master M1 M2

### POUR Y ACCÉDER

Master 1 :

- Licence Économie et Gestion, MASS, STAPS, Sociologie.
- Score IAE – Message.

Master 2 :

- Master 1 en Management, Marketing ou tout autre diplôme (Design, Ingénieur, Pharmacie, Droit...) valant grade de Master 1 et complété par des expériences significatives en marketing ou management de l'expérience client.
- Score IAE – Message.

### COMPÉTENCES VISÉES

- Concevoir et développer des services responsables et soutenables.
- Définir une stratégie marketing.
- Piloter & améliorer l'expérience client.
- Manager des équipes.
- Déployer et mettre en œuvre des services innovants.
- Conduire une analyse scientifique et réflexive.
- Agir en professionnel·le responsable.

### APRÈS LA FORMATION

Le Master forme des cadres spécialistes du pilotage et du management de l'expérience client. Les jeunes diplômé·es occupent des fonctions au sein de départements variés : Marketing stratégique, Marketing opérationnel, Expérience client, Service client, Qualité, Innovation...

Les diplômé·es peuvent aussi s'orienter vers une thèse de doctorat à l'Université Gustave Eiffel.

### LES PLUS DE LA FORMATION

Le Master Marketing et Management de l'Expérience Client, (MMX, anciennement Marketing et Management des Services, MMS) se hisse à la 1ère place régionale et 2ème place nationale du classement Eduniversal 2025 en Marketing - Management des Services & Relation / Expérience Client. La double compétence Marketing et Management est très appréciée par les entreprises. - Des cours à effectifs réduits permettent un encadrement personnalisé. - Des enseignements assurés par des enseignant·es-chercheur·euses et des professionnel·les expérimenté·es et reconnu·es dans le secteur du marketing et de l'expérience client. - Des dispositifs innovants permettant aux étudiant·es d'apprendre autrement : mises en situations diverses, projets en partenariat avec des entreprises, études de cas, jeux de rôles, projet européen...

Plus d'informations



# PROGRAMME

## SEMESTRE 1

### Piloter une organisation d'une manière éthique et réflexive

Ethique des affaires et RSE (ECTS: 4)

Management stratégique (ECTS: 4)

Initiation à la recherche (ECTS: 4)

Pilotage de la performance (ECTS: 4)

### Savoir utiliser le(s) langage(s) de manière professionnelle

Anglais (ECTS: 2)

Communiquer à l'écrit et à l'oral (ECTS: 1)

Outils et logiciels de gestion (ECTS: 1)

### Concevoir, analyser et critiquer une offre produits/services

Politique de produit et prix (ECTS: 4)

Distribution (ECTS: 3)

Analyse de données qualitatives (ECTS: 3)

## SEMESTRE 2

### Savoir manager des personnes et des projets

Comportements humains dans les organisations (ECTS: 4)

Management de projet / Entrepreneuriat (ECTS: 1)

### Comprendre les clients et communiquer efficacement

Anglais avancé (ECTS: 1)

Analyse de données quantitatives (ECTS: 3)

Comportement du consommateur à l'ère digitale (ECTS: 3)

Communication (ECTS: 3)

### Savoir être autonome et opérationnel en entreprise

Stage et apprentissage (ECTS: 1)

### Connaître son univers professionnel avec un regard critique

Management de l'innovation (ECTS: 2)

Projet études et recherche (ECTS: 8)

Management opérationnel des services (ECTS: 4)

## SEMESTRE 3

### Management de l'expérience de service

Service Operations Management (ECTS: 3)

Management de la qualité et de l'expérience client (ECTS: 4.5)

Gestion de la relation client (ECTS: 4.5)

### Marketing des services et innovation

Stratégie Marketing dans les services (ECTS: 4.5)

Conception innovante dans les services (ECTS: 3)

Gestion de projet et transformation des organisations et des entreprises (ECTS: 4.5)

### Recherche et professionnalisation

Projet d'étude et professionnel (ECTS: 1.5)

Méthodologie de recherche et mémoire (ECTS: 1.5)

Anglais professionnel (ECTS: 3)

## SEMESTRE 4

### Marketing des services et digitalisation

Marketing des lieux de services (ECTS: 2)

Projet design de service (ECTS: 2)

Communication dans les services (ECTS: 2)

Marketing digital (ECTS: 2)

### Management des services

Méthodologie d'analyse du moment de vérité (ECTS: 2)

Techniques d'amélioration continue (ECTS: 2)

Management des équipes et des compétences (ECTS: 2)

### Mémoire et Analyse de la pratique professionnelle

Méthodologie de recherche et mémoire (ECTS: 8)

### Outils de professionnalisation

Projet Européen : BIP Pioneer (ECTS: 3)

UE Ouverture (ECTS: 1)

Objectif 1er emploi et Conférences (ECTS: 1)

Anglais professionnel (ECTS: 3)