

Domaine **Management, économie et
gestion, communication**

Formation disponible en

Formation en alternance

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'Étang 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
m2mmx.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 / Tel : -33 1 60 95 76 76



UNIVERSITÉ PARIS-EST CRETEIL - UNIVERSITÉ GUSTAVE EIFFEL



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 3ème place nationale du classement Eduniversal 2026 en Marketing - Management des Services & Relation / Expérience Client. - Des cours à effectifs réduits permettent un encadrement personnalisé. - Des enseignements assurés par des enseignant-es-chercheur-euses et des professionnel-le-s 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... - La double compétence Marketing et Management est très appréciée par les entreprises.

Plus d'informations



WWW.QUALICERT.FR

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)