

Domaine Management, économie et gestion, communication

Formation disponible en

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 / 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)