Logistique - Distribution

mis à jour le 19/08/2025

Master | Contrat d'apprentissage | Contrat de professionnalisation |
RNCP 35907

MASTER 2 Marketing Vente Parcours : Logistique, Marketing & Distribution (M2_LMD)

PRÉSENTATION

Présentation de la formation

Former des managers grade Master opérationnels, pour les fonctions Logistique, Marketing et Distribution (LMD), dont les champs d'activités, les objectifs, les ressources et les responsabilités sont de plus en plus croisés et associés. L'objectif principal du Master est de « coller » au mieux aux évolutions de cette fonction duale avec l'intervention de nombreux experts professionnels, car elle est la plus propice à l'insertion professionnelle.

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :
- Optimiser la gestion des flux pour en assurer l'efficacité.
- Encadrer et animer des équipes dans une démarche respectueuse et collaborative.
- Analyser l'univers de la consommation et interpréter les comportements des consommateurs.
- Prendre des décisions en intégrant le sens et la responsabilité sociétale.
- Communiquer en anglais dans un contexte professionnel.

Métiers visés

Le Master LMD permet une formation Logistique orientée "aval" et une formation Marketing orientée planification et organisation.
Les principales voies sont :
- Chef de projet (Logistique ou Marketing)
- Chef de produit
- Gestionnaire de flux
- Responsable SCM
- Responsable CRM / développement produit

Rythme d'alternance

De septembre à avril: 2 jours (Lundi-Mardi) en cours à l'Université/3 jours (Mercredi-Jeudi-Vendredi) en formation en entreprise
D'avril à septembre: temps plein en entreprise

Dates de la formation et volume horaire

01/09/2025 > 31/08/2026 (650 heures)
Durée : 1 an

UNIVERSITE/ECOLE

Adresse administrative Composante

Ecole de Management de la Sorbonne

12, place du Panthéon

75005 - PARIS

ADMISSION

Conditions d'admission

Pré-requis :

La formation est ouverte à tous les étudiants disposant d'un niveau Bac+3 pour accéder au M1(non ouvert en alternance) ou Bac+4 reconnu par l'État français pour accéder au M2. Il est préférable que le candidat dispose déjà de solides notions de gestion et management des entreprises et, si possible, de connaissance dans les trois disciplines majeures constitutives de la formation : la logistique, le marketing et la distribution. Les candidats peuvent être de formation universitaire, ou provenir d'écoles de commerces ou d'écoles d'ingénieurs (de France ou de l'étranger).
Une expérience professionnelle (stage, apprentissage...) préalable est un atout.

Modalités de candidature

A - Candidats détenteurs d'un titre Bac+4 français :
- Dépôt d'un dossier de candidature en ligne via la plateforme e-candidat (environ 350 à 400 candidats).
- Jury de présélection rendant admissibles environ 100 à 120 candidats.
- Entretien individuel avec le Jury de sélection (24-26 candidats retenus au total A+B)

B - Candidats détenteur d'un titre Bac+4 étranger :
- Dépôt d'un dossier de candidature en ligne via la plateforme Etudes en France, (environ 50 à 200

candidats).
- Jury de présélection rendant admissibles environ 10 à 30 candidats.
- Entretien individuel avec le Jury de sélection (24-26 candidats retenus au total A+B).
NB. Les étudiants étrangers hors UE ne pourront pas effectuer d'alternance au delà de 26 ans.

CONTACTS

Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Samira BELALA

contact@formasup-paris.com

Pascale GUEROU

Pour les publics en situation de handicap : consultez nos pages dédiées Apprenants et Entreprises.

Vos contacts « École/Université »

LEHU Jean-Marc

M2LMD-EMS@univ-paris1.fr
01 40 46 23 65

PROGRAMME

Code RNCP 35907

Direction et équipe pédagogique

Intervenants :
- BILGE Belgin, Prof. ISC Paris, Processus de développement des nouveaux produits
- CHEKROUN Gregory, SC Manager, But, Contrôle de gestion
- COELHO Cecilia, Demand planner, J&J, Prévisions
- COULON Gérard, Général, Intelligence économique
- DAI Shihong, Prof. de chinois
- EDWARDS Paul-Marie, Consultant, PME Conseils, Management
- GRANGER Didier, Président, OEMS, Logistique aéroportuaire
- GUILLO Carole, resp. Projets Evénementiels, JC Decaux, Logistique événementielle
- HOUCKE Adeline, Resp. dev. produits, L'Oréal, Luxe

- HSIAO Yu-Chin, Prof.de chinois
- JACQUEMIN Arthur, Président, LaBienveillanceFinanciere.fr, etransformation
- KOSTOVA Radostina, Chef projets, Devoteam, Agile Methods
- LAFFAY Thierry, MCF, Paris 1, Outils quantitatifs
- LAFITTE Catherine, MCF, Paris 1, Recherche et études en stratégie logistique et marketing
- LEQUETTE Rémy, Sr. Principal Value Solution Consultant, Coupa Software, Optimisation
- LOMBARDOT Eric, MCF, Paris 1, Gestion des flux logistiques aval et distribution
- LOUSSAIEF Leila, Prof., ISC Paris, Processus de développement des nouveaux produits
- MEDAN Pierre, MCF, Paris 1, Processus de production et gestion des stocks
- MENARD Antoine, Logistics manager, Unilever France, Prévisions
- MERZOUK Jamel, Président, Clostera, Organisation
- MUNSCH Julien, Ingénieur, Salesforce
- PACHOT Rodolphe, dir. e-marketing, Allianz, Market management
- PUTOIS Maya, Prof.d'anglais
- SANCHEZ Nicolas, Dir. du Système d'Information, Téléperformance, Système d'information
- SATTIN Jean-François, MCF, Paris 1, Gestion des flux logistiques amont / achat
- VO THAN Leslie, acheteuse, BNP Paribas, Achats
- VOL Patrice, Consultant en logistique, Athenagora, SCM

Programme détaillé de la formation	Volume horaire session - 1 année 1
Recherche et études en stratégie logistique et data driven marketing	36h
Gestion des flux logistiques amont et data management	36h
Supply Chain Management & processus de production et de gestion des stocks	36h
Processus de développement des nouveaux produits et RSE	36h
Gestion des flux logistiques aval et distribution	36h
Système d'information appliqué au Management d'entreprise	36h
Ateliers de méthodologie et suivi	12h
Data, outils de prévision et intelligence stratégique	30h
Business English	30h
Gestion de projets	37h
Séminaires experts de professionnalisation en logistique, en marketing et en data management	30h
Méthodologies et Professionnalisation	254h

Evaluations	41h

Modalités pédagogiques

Plus de 70% de la formation est dispensée par des professionnels dont les fonction et le secteur évoluent au fil des ans au regard de l'évolution du marché et des besoins des entreprises. Dans une optique privilégiée et assumée d'insertion sur le marché du travail, ces experts professionnels constituent un complément essentiel au socle académique dispensé en parallèle par des enseignants chercheurs.
L'approche pédagogique du Master LMD repose également fondamentalement sur la gestion de projets autonomes de la part des étudiants répartis en pôle (Organisation des Matinales Logistiques de la Sorbonne, Gestion du réseau et de l'annuaire, Communication, Remise des diplômes, Voyage de fin d'études, Visites de sites professionnels, Ressources et financement...)
Certaines interventions sont faites en distanciel quand les intervenants professionnels exercent à l'étranger.

Contrôle des connaissances

Pour chaque matière dispensée dans le cadre de la formation dispensée par le parcours Master 2 professionnel Logistique, Marketing & Distribution (LMD) de l'École de Management de la Sorbonne, les étudiants sont évalués par un contrôle continu tout au long du semestre (50%) et par un examen ou un mémoire de séminaire (50%). Chaque étudiant doit également concevoir et rédiger un mémoire de recherche suivi par un tuteur académique ou professionnel.

Diplôme délivré

Diplôme de Master. Domaine Droit, Economie, Gestion ; Mention Marketing Vente ; Parcours Logistique, Marketing et Distribution.
Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche délivré par l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

COMPÉTENCES

Compte tenu de la dualité de la formation, le/la diplômé(e) est en mesure d'exercer des fonctions liées à la logistique :
- gestion de flux
- prévisions
- achats et approvisionnements
- définition des processes
- organisation logistique

- gestion des risques
- gestion de la relation client
- innovation et développement produit
- customer insights
- expérience client

Maîtriser la gestion efficace des flux

- Définir et gérer des flux de production, des techniques de planification, de la gestion des stocks, des techniques de développement du packaging, techniques de développement produit, gestion partagée des approvisionnements...
- Développer une vision efficiente de l'organisation de l'entité au regard des contraintes de l'environnement.
- Produire le schéma d'une organisation qui montre une agilité propice à réagir aux moindres évolutions de l'environnement.

Manager des équipes avec respect

- Maîtriser les principes et les techniques du management, initiation à la pratique du coaching, à la conduite du changement, e-transformation de l'entreprise...
- Savoir informer, communiquer, sensibiliser et fédérer autour d'un projet, d'une vision de l'entreprise.
- Démontrer une capacité à communiquer dans un environnement inter/multi-culturel, en utilisant des techniques créatives et adaptées tant à l'environnement qu'à l'interlocuteur.

Savoir décrypter l'univers de la consommation

- Savoir analyser une très large quantité d'informations diverses dans une environnement contraint, dans le but de produire des décisions marketing/logistiques pertinentes.
- Savoir mettre en place les bases de la gestion de la relation client, dans une optique de fidélité.
- Maîtriser les techniques de veille et les principes de la stratégie marketing, de la compréhension du comportement du consommateur, du client, du shopper.

Agir avec sens et responsabilité

- Etre capable de conduire un projet ou de gérer une unité/une entreprise avec éthique et application d'un processus de décision déontologique.
- Intégrer la responsabilité sociétale de l'entité dans toutes démarches en s'appuyant sur une vision cohérente et consciente du savoir faire mais également du comportement éthique de l'entité.
- Développer de nouvelles compétences tout au long de son parcours de formation, avec la volonté d'aboutir à un ensemble cohérent et synergique, au service d'une performance durable de l'entreprise.

Maîtriser l'Anglais professionnel

- Atteindre un niveau professionnel en Anglais et maîtriser les bases du Chinois en plus des langues étrangères maîtrisées en intégrant la formation.
- Etre capable de conduire un échange professionnel en Anglais, avec un la mise en valeur d'une expertise professionnelle en logistique et/ou en marketing.