

BAC
+5

ECTS
60

MASTER MARKETING-VENTE : DIGITAL - SOCIAL MEDIA

FORMATION PAR APPRENTISSAGE

OBJECTIFS

- Intégrer l'état d'esprit marketing
- Identifier les leviers de croissance sur des marchés très concurrentiels
- Concevoir et développer une stratégie marketing
- Comprendre et maîtriser les enjeux relatifs à la décision marketing dans un contexte de big data
- Mettre en œuvre une stratégie social média au travers de la maîtrise des leviers du digital : web, media sociaux, mobile
- Développer un mix efficace pour un fabricant, une entreprise de services ou un distributeur

DÉBOUCHÉS

Métiers du marketing, de la vente, de la distribution, de la communication, Chef de Produit / Brand Manager, Chef de Projet Innovation, Chargé d'études marketing / Consumer Insight Manager, Responsable de Projets CRM, Responsable e-CRM et fidélisation, Chef de Projet Marketing Digital, Chef de Marché / Responsable de secteur, Category Manager

PUBLIC CONCERNÉ

Titulaires d'une licence et 180 ECTS dans le domaine de la gestion et du management.

L'entrée directe en Master 2, pour les titulaires d'un Master 1 (IAE, AES, Sciences économiques, écoles de commerce...), est possible sous réserve de places disponibles et d'un avis favorable du jury d'admission (sur dossier et/ou entretien et évaluation du projet professionnel).

Le Master 2 est ouvert à l'alternance sous apprentissage ou sous contrat de professionnalisation, conditionnée par la signature d'un contrat en entreprise.

CALENDRIER

RENTRÉE : Septembre

RYTHME : **Apprentissage** : Alternance 3 semaines en entreprise / 1 semaine en cours à l'IAE, de septembre à juin.

Autres informations

Les étudiants de formation initiale peuvent effectuer leur stage à l'étranger.

Le Master est ouvert aux étudiants étrangers. Pour ceux qui viennent d'un pays dont le français n'est pas la langue officielle, ils doivent justifier d'un niveau attesté par le DELF/DALF B2 ou le TCF.

Conditions d'admission

Les candidats de nationalité étrangère doivent justifier d'un niveau de français avancé pour suivre cette formation (en savoir plus : [cliquez ici](#)). La décision est prise après analyse du mérite académique, des pré-requis nécessaires et du projet professionnel.

Coût de la formation

Tarif établi par les branches professionnelles, nous contacter.

Unités d'enseignement

MAITRISER LES ENJEUX ORGANISATIONNELS	Comptabilité générale Simulation d'entreprise Projet professionnel et passeport compétences Droit de l'entreprise	70h
CONCEVOIR UNE STRATÉGIE MARKETING DIGITAL	Introduction à la technologie web Environnement économique et juridique E Pub	17.5h
CRÉER UN SITE INTERNET ET DES APPLICATIONS	Photoshop Création de site internet Système d'information	56h
MAITRISER LE MÉTIER DE COMMUNITY MANAGER	Storytelling et Copywriting Community management et réseaux sociaux	17.5h
BUSINESS AND ENGLISH	Practical marketing Management stratégique et environnement économique	42h
CONCEVOIR UNE STRATÉGIE MARKETING	Ecosystème digital Veille, Eveil, Réveil Démarche marketing (SCP)	21h
MAITRISER LES ENJEUX ORGANISATIONNELS	Enjeux managériaux des transformations technologiques Analyse financière Comptabilité analytique	52.5h
DÉVELOPPER LA VISIBILITÉ DE SON ENTREPRISE SUR LE WEB	Analytics et performance digitale UX Design et Design thinking Marketing direct et Emailing Construire et évaluer un business plan	35h
EXPLOITER LE BIG DATA ET L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE	Introduction au Big Data Datavisualisation Agilité digitale	35h
PROMOUVOIR UNE MARQUE AU TRAVERS DES RÉSEAUX SOCIAUX	Stratégie éditoriale et Brand Content Social selling Marque employeur Employabilité sur les réseaux sociaux	31.5h
DÉCODER LES TENDANCES DE CONSOMMATION	Méthodologie du mémoire Analyse des tendances	35h
MAITRISER L'EXPÉRIENCE CLIENT	Omnicanalité et distribution 4.0 Management agile d'équipe	42h
60 ECTS - Heures sur l'année 455h		
MAITRISER LE MARKETING DIGITAL	Certification Google Référencement naturel et payant (SEA, SEO, ASO)	38.5h

MAITRISER LE MARKETING MIX	<ul style="list-style-type: none"> Chef de produit - Lancement de produit - Expérience client et Marketing avancé - Supply chain Distribution - Distribution 1 - Franchise et commerce associé - Category management et Panel - M Commerce Communication publicitaire - Brand management - Sémiologie 	80.5h
DÉCIDER ET PILOTER LES ACTIONS MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> Comportement du consommateur - Négociation Markstrat Etudes marketing - Etudes qualitatives - Anthropologie de la consommation 	73.5h
DÉCODER LES TENDANCES DE CONSOMMATION	<ul style="list-style-type: none"> Sacré, spiritualité et bien-être Culture, tourisme et expérience Ethnomarketing de la consommation 	31.5h
CONCEVOIR ET PILOTER UNE POLITIQUE DE MARKETING DIGITAL	<ul style="list-style-type: none"> M Marketing, IoT et Inbound marketing Stratégie marketing digital et ROI Récupération, préparation et analyse de données Projets digitaux et Data Science 	84h
CONCEVOIR ET PILOTER UNE POLITIQUE SOCIAL MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> Stratégie communautaire Marketing d'influence et conversationnel Pilotage de projets social media 	56h

60 ECTS - Heures sur l'année 364h