



Parcours Marketing digital

Master Marketing, vente



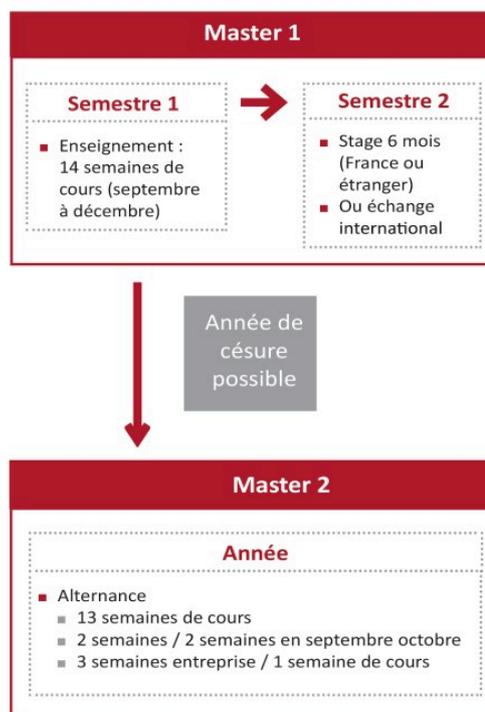
Composante
Institut
d'Administration
des Entreprises



**Langue(s)
d'enseignement**
Français

Présentation

Le master Marketing-Vente parcours Marketing Digital repose sur une formation en 2 ans, spécialisée en marketing digital destinée à former de futurs cadres polyvalents dans un environnement professionnel très évolutif. Il prépare aux domaines suivants : communication digitale et E-Commerce. L'année de M1 s'effectue en formation initiale avec un semestre intensif de cours et un semestre de stage. L'année de M2 s'effectue en alternance avec 13 semaines pleines de cours à l'IAE. Une année de césure est possible entre le M1 et le M2 pour les étudiants qui souhaitent donner une orientation internationale à leur CV.



Pour en savoir plus : Consultez les réseaux sociaux du Master :

[Instagram](#)

[Linkedin](#)



Objectifs

Pendant deux ans, les étudiants acquièrent des compétences en marketing digital : stratégie et gestion de projet digital, communication digitale, conception, mise en place et gestion d'une offre de services digitaux.

A la fin de la formation, forts de leur expérience professionnelle (stage de 6 mois en M1 et une année d'alternance en M2), les étudiants sont destinés à intégrer tout spécialement un poste à responsabilité dans le domaine du marketing digital en communication digitale ou en E-commerce.

Compétences acquises

- * Analyser son marché, l'environnement de l'entreprise et sa situation concurrentielle,
- * Analyser les comportements des consommateurs et des shoppers,
- * Rechercher des informations fiables afin de prendre des décisions stratégiques,
- * Segmenter les marchés et choisir des cibles marketing,
- * Construire des stratégies de marketing digital,
- * Concevoir un plan marketing 360,
- * Concevoir, mettre en place et gérer une offre de services digitaux,
- * Concevoir, mettre en place et gérer un plan de communication digitale,
- * Concevoir une solution de vente par Internet,
- * Piloter une stratégie de relation client,
- * Travailler dans une équipe marketing digital,
- * Gérer des projets en marketing digital,
- * Travailler en anglais dans un contexte international

Dimension internationale

- * Le stage de M1 peut être réalisé à l'étranger.
- * Une année de césure internationale est possible entre le M1 et le M2 (nombre de places limité).

Les + de la formation

- * Promotion restreinte
- * Cursus académique couplé aux enseignements pratiques et mises en situation
- * Professionnalisation progressive et variée avec un stage de 6 mois en M1 et une année entière en alternance en M2
- * Semestre d'études à l'étranger en M1 ou année de césure possible entre le M1 et le M2 pour donner une orientation internationale à son CV
- * Visites d'entreprises et séminaire délocalisé sur plusieurs jours.

Organisation

Ouvert en alternance

Type de contrat : Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation.

Le Master Marketing Digital s'effectue en alternance uniquement en M2
13 semaines entières de cours à l'Université sur l'année de M2, soit 75% du temps en entreprise.

Stages

Stage : Obligatoire

Durée du stage : 6 mois au semestre 2 de l'année de M1.

Stage à l'étranger : Possible

Durée du stage à l'étranger : 6 mois possibles au semestre 2 de l'année de M1

Admission



Conditions d'accès

Candidature en M1 : [📄 Mon Master](#) (ouverture rentrée 2024).
Candidature en M2 : E-candidat (ouverture rentrée 2025).

Modalités de candidatures

CV, lettre de motivation, CNI ou assimilé, relevés de notes de l'ensemble du parcours universitaire, notes du baccalauréat.

Public cible

Licence (Gestion, LEA, AES, Informatique) BUT (GACO, GEA, TC, Informatique, MMI).

Attendus / Pré-requis

- * Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.
- * Développer une argumentation avec un esprit critique.
- * Maîtriser des savoirs fondamentaux en gestion et plus précisément les bases du marketing.
- * Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë.
- * Travailler en équipe ainsi qu'en autonomie au service d'un projet.
- * Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique

Et après

Débouchés professionnels

Chef de projet digital, responsable de la communication digitale, traffic manager, responsable référencement, content manager, responsable e-commerce, responsable CRM,

digital data analyst, UX designer, responsable transformation digitale, scrum master.

Infos pratiques

Contacts

Responsable de formation
Bertrand BELVAUX

Campus

 Campus de Dijon



Programme

Master 1

Semestre 1

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Analyser les marchés	Bloc de compétences						8
Méthodes d'études qualitatives	Matière		18h				2
Méthodes d'études quantitatives	Matière		15h				2
Analyse de panels	Matière		18h				2
Data analytics, gestion de la performance, KPI marketing	Matière		24h				2
Methodologie de la recherche	Matière		6h				0
Elaborer et optimiser une stratégie marketing-vente	Bloc de compétences						10
Satisfaction et gestion de l'expérience client	Matière		21h				2
Marketing responsable	Matière		12h				2
Plan marketing	Matière		22h				2
Marketing international	Matière		15h				2
Brand Management (cours en anglais)	Matière		15h				2
Développer la digitalisation en entreprise	Bloc de compétences						6
Design web	Matière		25h				2
Stratégie de contenu digital et UX design	Matière		15h				2
Droit du marketing à l'ère digitale et protection des données	Matière		12h				2
Communiquer efficacement	Bloc de compétences						6
Communication visuelle	Matière		15h				2
Communiquer en milieu professionnel	Matière		21h				2
Anglais des Affaires	Matière		16h				2
Conférences Métiers	Matière		24h				2

Semestre 2

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Professionnalisation	Bloc de compétences						30
Mémoire de recherche	Matière			12h			10
Stage 6 mois ou semestre à l'étranger	Matière			12h			10
Projet et implication étudiant	Matière			12h			4
Définir son projet professionnel en 180s	Matière			12h			6



Master 2

Semestre 3

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Analyser les marchés et les consommateurs	Bloc de compétences						14
Comportement du consommateur : approches psychologiques	Matière						4
Comportement du consommateur : approches sociologiques	Matière						4
Ethnomarketing et Séminaire délocalisé	Matière						6
Elaborer, optimiser et activer une stratégie en marketing-vente	Bloc de compétences						8
Marketing Stratégique	Matière						3
Project Marketing (cours en anglais)	Matière						5

Semestre 4

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Développer la digitalisation en entreprise	Bloc de compétences						21
Stratégie de communication digitale	Matière		14h				3
Créativité publicitaire à l'ère digitale	Matière		14h				3
E-commerce et omnicanalité	Matière		14h				3
Stratégie digitale	Matière		14h				3
CRM et Marketing Automation	Matière		21h				3
Acquisition digitale (SEO, SEM) et performance digitale	Matière		21h				3
Gestion de projet digital	Matière		21h				3
Professionnalisation	Bloc de compétences						17
Serious game stratégie marketing	Matière		14h				3
Grand Oral	Matière						6
Rapport alternance et soutenance	Matière						8
Bilan d'expérience entreprise	Matière						
TPE	Matière						
Cycle de conférences	Matière						