



# Parcours Marketing digital

Master Marketing, vente



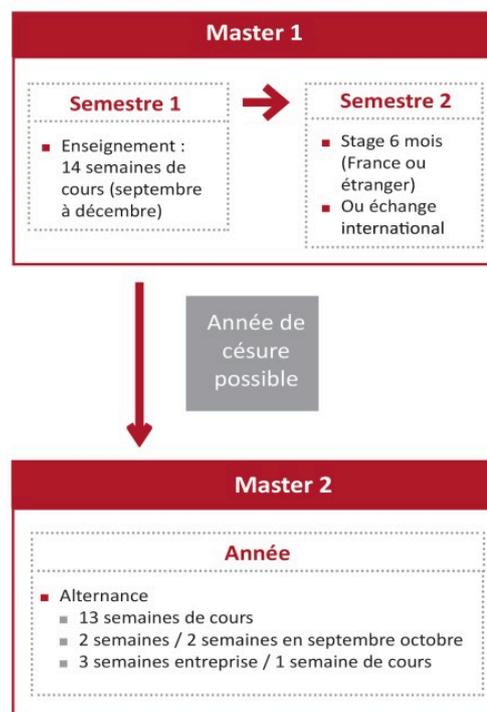
Composante  
Institut  
d'Administration  
des Entreprises



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				

### 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						