



# Parcours Marketing digital

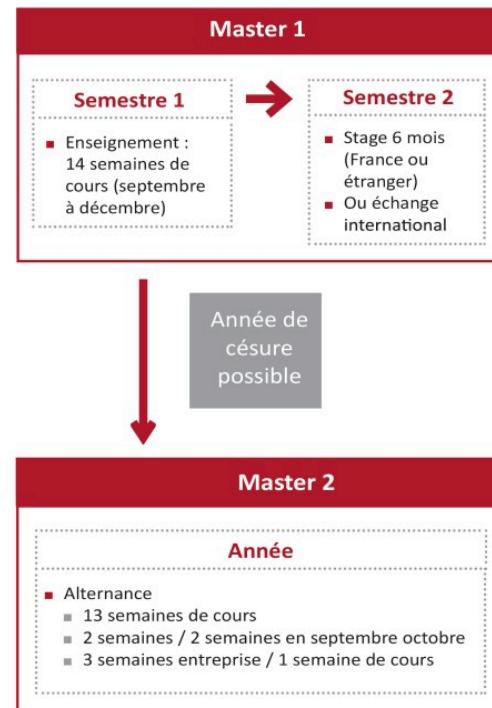
Master Marketing, vente

 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](#)

Candidature en M2 : [E-candidat](#)

## 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

#### Secrétariat pédagogique

Aurore DE OLIVEIRA

 03.80.39.54.21

 aurore.de-oliveira@u-bourgogne.fr

### Contact scolarité

DE OLIVEIRA Aurore

 aurore.de-oliveira@u-bourgogne

0380395421

### Campus

 Campus de Dijon

# Programme

## Master 1

### Semestre 1

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

### Semestre 2

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



## Master 2

### Semestre 3

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

### Semestre 4

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