

Master (M2) mention Marketing, Vente parcours type Marketing Digital

Parcours

- Marketing



Rythme

Rythme

- Temps plein
- En alternance
- Contrat d'apprentissage
- Contrat de professionnalisation

Modalités

- Présentiel

Renseignements

[https://tsm-education.fr/
/formations/masters/marketing/
/parcours-marketing-digital-m2](https://tsm-education.fr/formations/masters/marketing/parcours-marketing-digital-m2)

[m2.marketingdigital@tsm-
education.fr](mailto:m2.marketingdigital@tsm-
education.fr)

Admission
[https://tsm-education.fr/
/formations/masters/marketing/
/parcours-marketing-digital-m2?
tab=admission](https://tsm-education.fr/
/formations/masters/marketing/
/parcours-marketing-digital-m2?
tab=admission)

Portail Handicap



[https://www.ut-capitole.fr/
/handicap](https://www.ut-capitole.fr/
/handicap)

Infos générales

Durée de la formation

1 an

Lieu(x) de la formation

Campus Anciennes facultés -
TSM
Stage(s)
Oui
Langues d'enseignement
Français
Accessible en
<ul style="list-style-type: none"> ● Formation continue ● Formation en alternance ● Formation en apprentissage ● Reprise d'étude

/ Présentation

Le Master 2 Marketing Digital continue vise à former des spécialistes du marketing sur Internet.

Son contenu correspond aux tendances du digital et permet d'acquérir les compétences requises pour concevoir et piloter des stratégies de Marketing sur le web. Il forme également à la gestion, la mobilisation et la coordination des acteurs participant à la mise en œuvre de ces stratégies.

Enjeux

À la fin du Master, les étudiants sont capables de :

- Comprendre le comportement des consommateurs, des acheteurs et des influenceurs sur Internet ;
- Appréhender les enjeux et opportunités du marketing digital ;
- Développer une démarche de marketing stratégique intégrant les enjeux et les objectifs web de l'entreprise ;
- Maîtriser les techniques opérationnelles et les outils du web marketing ;
- Concevoir une stratégie marketing digitale innovante intégrant les évolutions du secteur ;
- Déployer et piloter un plan d'actions de marketing digital en maîtrisant le retour sur investissement des actions mises en œuvre.

Lieux

Campus Anciennes facultés - TSM
Locaux de l'ASFO Grand Sud, Ramonville Saint Agne (31)

Responsable(s) de la formation

- M. MATHIEU BARASCOU

Partenariats

Établissements

Le Master 2 Marketing Digital est proposé dans le cadre d'un partenariat avec le groupe [ASFO Grand Sud](#).

/ Admission

Pré-requis

Niveau(x) de recrutement

Bac + 4

/ Programme

La formation est structurée en 8 blocs de compétences.

SEMESTRE 3

Bloc 1- S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques

- Introduction au développement web
- Création de site web avec un CMS
- Outils et applications en no-code

Bloc 2 - Communiquer en contexte professionnel

- Workshops thématiques
- Challenge marketing digital

Bloc 3 - Elaborer une vision stratégique en marketing-vente

- Les fondamentaux du Marketing Digital
- Comportement du consommateur sur internet
- E-commerce et vente en ligne
- Customer relationship management
- Perspectives et innovations en marketing digital

Bloc 4 - Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en marketing-vente

- Les fondamentaux de la WebAnalyse
- WebAnalyse avancée : modèles d'attribution et data visualisation
- Méthodes avancées d'analyse de marché et de veille sur le web
- Stratégie Big Data

Bloc 5 - Mettre en oeuvre des règles, des normes et des démarches qualité en marketing-vente

- Introduction à l'ergonomie web
- Audit, règles et qualité des sites web
- Structure et ergonomie des sites web (UI/UX)

Bloc 6 - Maîtriser la communication digitale

- Social media management

- Les bases du référencement naturel et payant
- La publicité sur internet
- Social media ads
- Traffic management et gestion des campagnes
- Techniques avancées de référencement naturel et payant

SEMESTRE 4

Bloc 7 - Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

- Travaux individuels
- Réalisation du mémoire

Bloc 8 - Contribuer à la transformation en contexte professionnel

- Gestion de projet web

Stage(s)

Oui (demandeurs d'emploi), 924h

Rythme

Alternance

1 semaine en formation et 3 semaines en entreprise, d'octobre à juin.

Évaluation

Méthodes et moyens pédagogiques

Pour une formation en présentiel, l'enseignement est adapté au nombre d'étudiants admis en Master. A côté des enseignements théoriques dispensés par les enseignants, l'intervention de professionnels permet une approche pratique et concrète des thématiques étudiées. L'étudiant a également un accès libre aux diverses ressources universitaires : salles informatiques, laboratoires de langues ou service commun de la documentation.

Consultez les [modalités de contrôle des connaissances et des compétences \(MCCC\) de la formation](#).

/ Et après ?

Niveau de sortie

Année post-bac de sortie

- Bac + 5

Fiche RNCP

[35907](#)

Débouchés professionnels

Secteurs d'activité ou type d'emploi

Les diplômés peuvent exercer des métiers tels que :

- Responsable marketing/communication digital ;
- Chef de projet webmarketing ;
- Chef de projet e-commerce,
- Chef de projet E-business ;
- Chargé d'acquisition client online ;
- Chef de projet référencement
- Chef de produit web ;
- Consultant Web Analytics
- Trafic manager ;
- Community manager ;
- Média planner ;
- Chef de publicité web
- Rédacteur web ;
- Affiliate Manager.

Cette formation permet également aux professionnels qui sont chargés de communication ou de marketing, d'ajouter la partie digitale à leurs compétences pour évoluer dans leur poste.

Secteurs d'activité ou type d'emploi

Communication et Marketing;Marketing;Management