



# 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

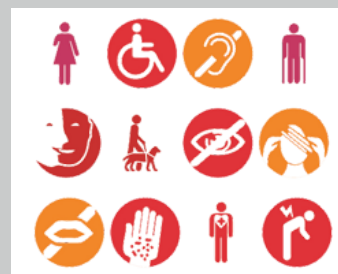
## Renseignements

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

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

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

## Portail 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

- 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'appropriier 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