



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

- 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

Candidature

Modalités de candidature

Retrouvez toutes les informations (dates et procédures) sur les candidatures au [Master \(M2\) mention Marketing. Vente parcours type Marketing Digital](#) sur le site de Toulouse School of Management.

/ Programme

Durée : 407 heures de cours (cours magistraux et travaux dirigés)

La formation est structurée en blocs de compétences.

SEMESTRE 3

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

- Création de site web, blog, CMS
- Web Design et création graphique
- Usages et outils NoCode et IA en Marketing Digital
- Gestion de projet web et méthodes agiles

Bloc 2 - Communiquer en contexte professionnel

- Workshops thématiques
- Challenge marketing digital

Bloc 3 - Elaborer une vision stratégique en Marketing-vente

- Stratégie et leviers du Marketing Digital
- E-commerce et vente en ligne

Bloc 4 - Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente

- Data Extraction, structuration et analyse de contenus web
- Customer relationship management
- Growth hacking : leviers de croissance Marketing en start-up
- Stratégie d'Inbound Marketing et Hubspot

Bloc 5 - Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en marketing-vente

- Data Marketing et WebAnalyse
- Tracking, modèles d'attribution et Data visualisation
- Market Intelligence : Big data, veille et analyse de marché

Bloc 6 - Mettre en œuvre des règles, des normes et des démarches qualité en marketing-vente

- Ergonomie des sites Web (UI/UX)
- Règles et Droit du Marketing Digital

Bloc 7 - Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente

- Social media, community management et Influence Marketing
- Les bases du référencement naturel et payant (SEO/SEA)
- Social media ads

Bloc 8 - Maîtriser la communication digitale

- Techniques avancées de référencement naturel et payant (SEO/SEA)
- Content Marketing : copywriting et brand content
- Traffic management et media buying

SEMESTRE 4

Bloc 9 - Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

- Travaux individuels en autonomie
- Réalisation du mémoire

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