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

Parcours

- Marketing

DIPLÔME NATIONAL DE MASTER CONTRÔLÉ PAR L'ÉTAT

FRANCE compétences CERTIFICATION enregistrée au RNCP

Rythme

Rythme

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

Modalités

- Présentiel

Renseignements

https://tsm-education.fr/formations/masters/marketing/parcours-marketing-management-m2

m2.marketingmanagement@tsm-education.fr

Admission
https://tsm-education.fr/formations/masters/marketing/parcours-marketing-management-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 Management** vise à former des spécialistes du marketing management dans les secteurs des produits, services et industriels. Il a un important contenu digital qui correspond aux tendances actuelles du marché.

Enjeux

À la fin du master, les diplômés sont capables de :

- maitriser les donnees issues de leur environnement ;
- prendre des decisions concernant des problematiques marketing de leur entreprise ;
- gerer des projets de facon responsable ;
- manager des equipes et gerer si besoin le changement ;
- s'adapter de maniere agile a un environnement complexe et en changement perpetuel (lie notamment a l'evolution du digital) ;
- avoir une maitrise et une expertise des techniques propres au marketing ;
- concevoir et mettre en œuvre une strategie, un plan marketing et communication, adaptes aux marches.

Lieux

Campus Anciennes facultés - TSM

Responsable(s) de la formation

- MME MAGALI GIRAUD

/ 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 Management sur le site de Toulouse School of Management.

/ Programme

L'équipe pédagogique est composée d'enseignants chercheurs et de professionnels.

La formation est structurée en blocs de compétences :

SEMESTRE 3

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

- Social media management
- Blog et website management

Bloc 2 - Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

- Marketing et négociation
- Communication internationale
- Neuromarketing
- Sémiotique, linguistique et communication
- Engagement durable et marques positives

Bloc 3 - Elaborer une vision stratégique en marketing-vente

- Brand Management et Brand Content
- Servuction et Management des services
- Marketing BtoB
- Marketing automation et relation client

Bloc 4 - Concevoir et piloter des solutions de gestion en marketing-vente

- Stratégie de communication
- Retail marketing
- Relations médias
- Relation clients
- Tendances de communication

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

- Data-marketing
- Marketing analytics
- Etudes marketing

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

- Ethique et droit de la communication
- Innovation et enjeux de la transformation digitale
- Nudge et trends marketing
- Social network management

Bloc 7 - Développer une culture managériale et organisationnelle

- Développement personnel
- Network management
- Business English

Bloc 8 - Concevoir des documents de communication

- Design marketing
- Design graphique
- Créativité marketing

SEMESTRE 4

Bloc 6 - Contribuer à la transformation en contexte professionnel

- Mission professionnelle
- Pilotage de projet

Stage(s)

Oui (demandeurs d'emploi), 924h

Rythme

Alternance

1 semaine en formation et 2 ou 3 semaines en entreprise

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

Poursuites d'études

Les diplômés peuvent également poursuivre leurs études par un doctorat en maketing.

Débouchés professionnels

Secteurs d'activité ou type d'emploi

Le Master 2 Marketing Management prépare aux postes de :

- Chef de produit ou de marque ;
- Responsable de communication ;
- Chef de projet web ;
- Social media manager ;
- Responsable d’un secteur commercial, d’une zone de marché ;
- Manager des services ;
- Chargé(e) d’études marketing qualitatives, quantitatives ;
- Responsable marketing opérationnel ;
- Chef de produit Business to Business.

Secteurs d'activité ou type d'emploi

Communication et Marketing;Marketing;Management