



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

Parcours

- Marketing



Rythme

Rythme

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

Modalités

- Présentiel

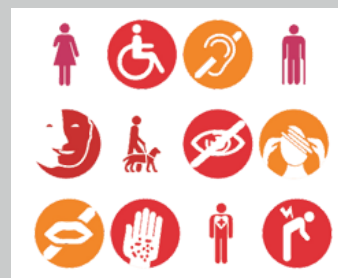
Renseignements

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

- maîtriser les données issues de leur environnement ;
- prendre des décisions concernant des problématiques marketing de leur entreprise ;
- gérer des projets de façon responsable ;
- manager des équipes et gérer si besoin le changement ;
- s'adapter de manière agile à un environnement complexe et en changement perpétuel (lié notamment à l'évolution du digital) ;
- avoir une maîtrise et une expertise des techniques propres au marketing ;
- concevoir et mettre en œuvre une stratégie, un plan marketing et communication, adaptés aux marchés.

Lieux

Campus Anciennes facultés - TSM

Responsable(s) de la formation

- MME MAGALI GIRAUD

- M. JULIEN GROBERT

/ 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'appropriier 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 marketing](#).

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

F