

🕒 Offre en cours de modification : les informations concernant le contenu des enseignements peuvent évoluer jusqu'au 30 septembre



Parcours Marketing digital

Master Marketing, vente



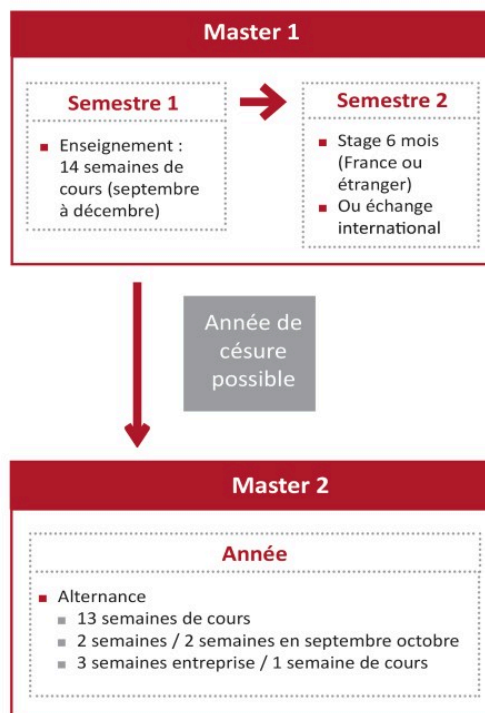
Composante
Institut
d'Administration
des Entreprises



**Langue(s)
d'enseignement**
Français

Présentation

Le master Marketing-Vente parcours Marketing Digital repose sur une formation en 2 ans, spécialisée en marketing digital destinée à former de futurs cadres polyvalents dans un environnement professionnel très évolutif. Il prépare aux domaines suivants : communication digitale et E-Commerce. L'année de M1 s'effectue en formation initiale avec un semestre intensif de cours et un semestre de stage. L'année de M2 s'effectue en alternance avec 13 semaines pleines de cours à l'IAE. Une année de césure est possible entre le M1 et le M2 pour les étudiants qui souhaitent donner une orientation internationale à leur CV.



Pour en savoir plus : Consultez les réseaux sociaux du Master :

[Instagram](#)

[Linkedin](#)

🕒 Offre en cours de modification : les informations concernant le contenu des enseignements peuvent évoluer jusqu'au 30 septembre



Objectifs

Pendant deux ans, les étudiants acquièrent des compétences en marketing digital : stratégie et gestion de projet digital, communication digitale, conception, mise en place et gestion d'une offre de services digitaux.

A la fin de la formation, forts de leur expérience professionnelle (stage de 6 mois en M1 et une année d'alternance en M2), les étudiants sont destinés à intégrer tout spécialement un poste à responsabilité dans le domaine du marketing digital en communication digitale ou en E-commerce.

Compétences acquises

- Analyser son marché, l'environnement de l'entreprise et sa situation concurrentielle,
- Analyser les comportements des consommateurs et des shoppers,
- Rechercher des informations fiables afin de prendre des décisions stratégiques,
- Segmenter les marchés et choisir des cibles marketing,
- Construire des stratégies de marketing digital,
- Concevoir un plan marketing 360,
- Concevoir, mettre en place et gérer une offre de services digitaux,
- Concevoir, mettre en place et gérer un plan de communication digitale,
- Concevoir une solution de vente par Internet,
- Piloter une stratégie de relation client,
- Travailler dans une équipe marketing digital,
- Gérer des projets en marketing digital,

- Travailler en anglais dans un contexte international

Dimension internationale

- Le stage de M1 peut être réalisé à l'étranger.
- Une année de césure internationale est possible entre le M1 et le M2 (nombre de places limité).

Les + de la formation

- Promotion restreinte
- Cursus académique couplé aux enseignements pratiques et mises en situation
- Professionnalisation progressive et variée avec un stage de 6 mois en M1 et une année entière en alternance en M2
- Semestre d'études à l'étranger en M1 ou année de césure possible entre le M1 et le M2 pour donner une orientation internationale à son CV
- Visites d'entreprises et séminaire délocalisé sur plusieurs jours.

Organisation

Ouvert en alternance

Type de contrat : Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation.

Rythme d'alternance :

Le Master Marketing Digital s'effectue en alternance uniquement en M2

13 semaines entières de cours à l'Université sur l'année de M2, soit 75% du temps en entreprise.

Modalités d'alternance :

🕒 Offre en cours de modification : les informations concernant le contenu des enseignements peuvent évoluer jusqu'au 30 septembre



Le Master Marketing Digital s'effectue en alternance uniquement en M2.

13 semaines entières de cours à l'Université sur l'année de M2, soit 75% du temps en entreprise.

Stages

Stage : Obligatoire

Durée du stage : 6 mois au semestre 2 de l'année de M1.

Stage à l'étranger : Possible

Durée du stage à l'étranger : 6 mois possibles au semestre 2 de l'année de M1

Stages et projets tutorés :

Admission

Conditions d'accès

Candidature en M1 : [🔗 Mon Master](#)

Candidature en M2 : [🔗 E-candidat](#)

Modalités de candidatures

CV, lettre de motivation, CNI ou assimilé, relevés de notes de l'ensemble du parcours universitaire, notes du baccalauréat.

Public cible

Licence (Gestion, LEA, AES, Informatique) BUT (GACO, GEA,TC, Informatique,MMI).

Attendus / Pré-requis

- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.
- Développer une argumentation avec un esprit critique.
- Maîtriser des savoirs fondamentaux en gestion et plus précisément les bases du marketing.
- Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë.
- Travailler en équipe ainsi qu'en autonomie au service d'un projet.
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique

Et après

Débouchés professionnels

Chef de projet digital, responsable de la communication digitale, traffic manager, responsable référencement, content manager, responsable e-commerce, responsable CRM, digital data analyst, UX designer, responsable transformation digitale, scrum master.

Infos pratiques

🕒 Offre en cours de modification : les informations concernant le contenu des enseignements peuvent évoluer jusqu'au 30 septembre



Contacts

Responsable de formation

Bertrand BELVAUX

Secrétariat pédagogique

Aurore DE OLIVEIRA

☎ 03.80.39.54.21

✉ aurore.de-oliveira@u-bourgogne.fr

Contact scolarité

DE OLIVEIRA Aurore

✉ aurore.de-oliveira@u-bourgogne

0380395421

Campus

🏠 Campus de Dijon

🕒 Offre en cours de modification : les informations concernant le contenu des enseignements peuvent évoluer jusqu'au 30 septembre



Programme

Master 1

Semestre 1

| | Nature | CMI | CM | TD | TP | TER | ECTS |
|---|---------------------|-----|-----|----|----|-----|------------|
| Analyser les marchés | Bloc de compétences | | | | | | 8 crédits |
| Méthodes d'études qualitatives | Matière | | 18h | | | | 2 crédits |
| Méthodes d'études quantitatives | Matière | | 15h | | | | 2 crédits |
| Analyse de panels | Matière | | 18h | | | | 2 crédits |
| Data analytics, IA, Performance marketing | Matière | | 24h | | | | 2 crédits |
| Methodologie de la recherche | Matière | | 6h | | | | 0 crédits |
| Elaborer et optimiser une stratégie marketing-vente | Bloc de compétences | | | | | | 10 crédits |
| Satisfaction et gestion de l'expérience client | Matière | | 21h | | | | 2 crédits |
| Marketing responsable | Matière | | 12h | | | | 2 crédits |
| Plan marketing | Matière | | 22h | | | | 2 crédits |
| Marketing international | Matière | | 15h | | | | 2 crédits |
| Brand Management (cours en anglais) | Matière | | 15h | | | | 2 crédits |
| Développer la digitalisation en entreprise | Bloc de compétences | | | | | | 6 crédits |
| Design web | Matière | | 25h | | | | 2 crédits |
| Stratégie de contenu digital et UX design | Matière | | 15h | | | | 2 crédits |
| Droit du marketing à l'ère digitale et protection des données | Matière | | 12h | | | | 2 crédits |
| Communiquer efficacement | Bloc de compétences | | | | | | 6 crédits |
| Communication visuelle | Matière | | 15h | | | | 2 crédits |
| Communiquer en milieu professionnel | Matière | | 21h | | | | 2 crédits |
| Anglais des Affaires | Matière | | 16h | | | | 2 crédits |
| Conférences Métiers | Matière | | 24h | | | | |

Semestre 2

Nature CMI CM TD TP TER ECTS

🕒 Offre en cours de modification : les informations concernant le contenu des enseignements peuvent évoluer jusqu'au 30 septembre



| | | | | | | | |
|--|---------------------|--|--|-----|--|--|------------|
| Professionalisation | Bloc de compétences | | | | | | 30 crédits |
| Mémoire de recherche-certifications | Matière | | | | | | 10 crédits |
| Stage 6 mois ou semestre à l'étranger | Matière | | | | | | 10 crédits |
| Projet et implication étudiant | Matière | | | | | | 4 crédits |
| Définir son projet professionnel en 180s | Matière | | | 12h | | | 6 crédits |

Master 2

Semestre 3

| | Nature | CMI | CM | TD | TP | TER | ECTS |
|---|---------------------|-----|----|----|----|-----|------------|
| Analyser les marchés et les consommateurs | Bloc de compétences | | | | | | 14 crédits |
| Comportement du consommateur : approches psychologiques | Matière | | | | | | 4 crédits |
| Comportement du consommateur : approches sociologiques | Matière | | | | | | 4 crédits |
| Ethnomarketing et Séminaire délocalisé | Matière | | | | | | 6 crédits |
| Elaborer, optimiser et activer une stratégie en marketing-vente | Bloc de compétences | | | | | | 8 crédits |
| Marketing Stratégique | Matière | | | | | | 3 crédits |
| Project Marketing (cours en anglais) | Matière | | | | | | 5 crédits |

Semestre 4

| | Nature | CMI | CM | TD | TP | TER | ECTS |
|---|---------------------|-----|-----|----|----|-----|------------|
| Développer la digitalisation en entreprise | Bloc de compétences | | | | | | 21 crédits |
| Stratégie de communication digitale | Matière | | 14h | | | | 3 crédits |
| Créativité publicitaire à l'ère digitale | Matière | | 14h | | | | 3 crédits |
| E-commerce et omnicanalité | Matière | | 14h | | | | 3 crédits |
| Stratégie digitale | Matière | | 14h | | | | 3 crédits |
| CRM et Marketing Automation | Matière | | 21h | | | | 3 crédits |
| Acquisition digitale (SEO, SEM) et performance digitale | Matière | | 21h | | | | 3 crédits |
| Gestion de projet digital | Matière | | 21h | | | | 3 crédits |
| Professionalisation | Bloc de compétences | | | | | | 17 crédits |
| Serious game stratégie marketing | Matière | | 14h | | | | 3 crédits |
| Grand Oral | Matière | | | | | | 6 crédits |
| Rapport alternance et soutenance | Matière | | | | | | 8 crédits |

🕒 Offre en cours de modification : les informations concernant le contenu des enseignements peuvent évoluer jusqu'au 30 septembre



Bilan d'expérience entreprise
TPE
Cycle de conférences

Matière
Matière
Matière