

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

Marketing, vente



Niveau d'étude visé
BAC +5



Diplôme
Master (LMD)



Domaine(s) d'étude
Marketing



Accessible en
Formation continue,
Formation en alternance, VAE



Établissements
Université
Toulouse
Capitole

Présentation

Code RNCP : 35907

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.

Objectifs

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.

Admission

Conditions d'admission

Le Master 2 Marketing Management est proposé en formation continue et alternance (contrat d'apprentissage et de professionnalisation).

Pré-requis :

- * Diplôme de niveau bac+4 (240 ECTS)
- * ou bénéficiaire d'une Validation d'Acquis Professionnels (VAP)

Modalités de recrutement :


- * Sélection sur dossier
- * Entretien éventuel

Inscription

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.

Et après...

Poursuite d'études

Les diplômés peuvent également poursuivre leurs études par un  doctorat.

Insertion professionnelle

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.

Contact(s)

Autres contacts

Contact scolarité

 m2.marketingmanagement@tsm-education.fr

Infos pratiques

Lieu(x)

 Toulouse

Programme

Organisation

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

Durée : 442 heures

Rythme de formation : 1 semaine en formation et 3 semaines en entreprise, d'octobre à juin.

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.