

Master (M2) mention Marketing, Vente parcours type Marketing Digital (FC & ALT)

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 Marketing Digital en alternance et formation 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.

Spécificités

Le Master Marketing Digital est proposé dans le cadre d'un partenariat avec le groupe ASFO Grand Sud.

Objectifs

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.

Admission

Conditions d'admission

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

Publics : professionnels de la communication, du commerce et du marketing

- * Chefs de produit, chefs de marque, directeurs marketing, responsables/chargés de communication
- * Chefs d'entreprise ou managers de TPE/PME/PMI
- * Profils techniques souhaitant maîtriser le webmarketing

Pré-requis :

- * Diplôme de niveau bac+4 (240 ECTS)
- * ou bénéficier d'une Validation des 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 Digital \(FC & ALT\)](#) sur le site de Toulouse School of Management.

Et après...

Insertion professionnelle

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.

Contact(s)

Autres contacts

Contact scolarité

[✉ m2.marketingdigital@tsm-education.fr](mailto:m2.marketingdigital@tsm-education.fr)

Infos pratiques

Lieu(x)

📍 Toulouse

Programme

Organisation

Durée : 407 heures

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

La formation est structurée en 8 blocs de compétences :

SEMESTRE 3

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

- * Introduction au développement web
- * Création de site web avec un CMS
- * Outils et applications en no-code

Bloc 2 - Communiquer en contexte professionnel

- * Workshops thématiques
- * Challenge marketing digital

Bloc 3 - Elaborer une vision stratégique en marketing-vente

- * Les fondamentaux du Marketing Digital
- * Comportement du consommateur sur internet
- * E-commerce et vente en ligne
- * Customer relationship management
- * Perspectives et innovations en marketing digital

Bloc 4 - Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en marketing-vente

- * Les fondamentaux de la WebAnalyse
- * WebAnalyse avancée : modèles d'attribution et data visualisation
- * Méthodes avancées d'analyse de marché et de veille sur le web
- * Stratégie Big Data

Bloc 5 - Mettre en oeuvre des règles, des normes et des démarches qualité en marketing-vente

- * Introduction à l'ergonomie web
- * Audit, règles et qualité des sites web
- * Structure et ergonomie des sites web (UI/UX)

Bloc 6 - Maîtriser la communication digitale

- * Social media management
- * Les bases du référencement naturel et payant
- * La publicité sur internet
- * Social media ads
- * Traffic management et gestion des campagnes
- * Techniques avancées de référencement naturel et payant

SEMESTRE 4

Bloc 7 - Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

- * Travaux individuels
- * Réalisation du mémoire

Bloc 8 - Contribuer à la transformation en contexte professionnel

- * Gestion de projet web

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.