

# Master (M2) mention Marketing, Vente parcours type Marketing Digital

Marketing, vente



**Diplôme**  
Master (LMD)



**Domaine(s)  
d'étude**  
Marketing



**Accessible en**  
Formation  
continue,  
Formation en  
alternance, VAE



**Établissements**  
Université  
Toulouse  
Capitole

## Présentation

**Le Master 2 Marketing Digital 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.

### Etablissements partenaires

Le Master 2 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.

## Savoir-faire et compétences

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

### Inscription

Retrouvez toutes les informations (dates et procédures) sur les candidatures au [Master \(M2\) mention Marketing, Vente parcours type Marketing Digital](#) 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

## Renseignements

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

---

## Contacts

MATHIEU BARASCOU

✉ Mathieu.Barascou@ut-capitole.fr

## Infos pratiques

---

### Contacts

MATHIEU BARASCOU

✉ Mathieu.Barascou@ut-capitole.fr

---

### En savoir plus

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

[✉ https://www.ut-capitole.fr/accueil/formations/nos-diplomes/masters/master-m2-mention-marketing-vente-parcours-type-marketing-digital](https://www.ut-capitole.fr/accueil/formations/nos-diplomes/masters/master-m2-mention-marketing-vente-parcours-type-marketing-digital)

# Programme

---

## Organisation

Durée : 407 heures

La formation est structurée en 8 blocs de compétences.

- \* Introduction au développement web
- \* Création de site web avec un CMS
- \* Outils et applications en no-code
- \* Workshops thématiques
- \* Challenge marketing digital
- \* 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
- \* 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
- \* Introduction à l'ergonomie web
- \* Audit, règles et qualité des sites web
- \* Structure et ergonomie des sites web (UI/UX)
- \* 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
- \* Travaux individuels
- \* Réalisation du mémoire
- \* Gestion de projet web