

# MASTER 2 MARKETING DIGITAL

Code produit : MAWEB / Version : v1

## ELEMENTS DE CONTEXTE

L'essor des supports digitaux et du marketing sur Internet a aujourd'hui de nombreuses répercussions sur les techniques et processus que doivent utiliser les entreprises pour toucher leurs cibles et interagir avec leurs clients et partenaires. Interactivité, immédiateté, technicité sont les trois grandes caractéristiques de ces nouveaux outils qu'il convient de maîtriser pour mettre en place des stratégies marketing adaptées aux nouvelles conditions du marché.

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.

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Appréhender les enjeux et opportunités du marketing digital
- Comprendre le comportement des consommateurs, des acheteurs et des influenceurs sur Internet
- 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'action de marketing digital en maîtrisant le retour sur investissement des actions mises en œuvre

## PUBLIC CONCERNE/EMPLOI VISE

- Professionnels de la communication, du domaine commercial et du marketing : chef de produit, chef de marque, directeur marketing, responsable/chargé de communication
- Chefs de projet marketing et communication
- Chefs d'entreprise ou managers de TPE/PME/PMI
- Profils techniques souhaitant maîtriser les techniques du web marketing

## PREREQUIS

- Diplôme de niveau bac+4
- ou bénéficier d'une Validation des Acquis Professionnels (VAP)

## MODALITES DE RECRUTEMENT

- Sélection sur dossier
- Entretien éventuel

## MODALITES

---

**Durée :** 407 heures / 58 jours

**Type :** Présentiel

**Méthodes et moyens pédagogiques :** Apports théoriques et présentation d'approches méthodologiques

- Études de cas réels
- Interventions et témoignages de dirigeants d'entreprises et de professionnels
- Séminaires et conférences
- Challenges et ateliers en groupe
- Construction d'un projet professionnel

**Validation des acquis :** Examens / Mémoire professionnel et soutenance finale devant un jury d'experts

**Sanction de la formation :** Diplôme Master

**Profil de l'intervenant :** L'équipe pédagogique pluridisciplinaire associe des enseignants universitaires et des professionnels du terrain.

## PROGRAMME

---

### Bloc 1- Usages avancés et spécialisés des outils numériques

*Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine.*

- eCRM et CRM multicanal
- Développement web, webdesign, blogs et plateformes

### Bloc 2- Communication spécialisée pour le transfert des connaissances

*Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.*

*Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère.*

- Challenge
- Workshops

### Bloc 3- Réflexion et élaboration de la stratégie marketing

*Faire de la veille sur les évolutions de son environnement ou écosystème et anticiper les transformations et innovations possibles.*

*Piloter ou co-piloter la construction d'une vision stratégique, fixer des objectifs et donner du sens aux actions marketing mises en œuvre.*

- Perspectives en marketing digital
- Introduction au marketing digital
- Les médias sociaux

### Bloc 4- Mesure et contrôle des outils et méthodes de gestion en marketing

*Contrôler et mesurer la pertinence et la performance des outils de gestion.*

*Auditer, évaluer et analyser les risques associés.*

- Webanalyse
- Analyse de marché sur le web, big data
- Le tracking publicitaire

### Bloc 5- Règles et contrôle des outils et méthodes de gestion en marketing

*Appliquer et respecter des règles et des normes en inscrivant son projet stratégique dans une démarche d'efficacité et d'amélioration continue et en prenant en compte les risques, les éléments financiers et budgétaires et en tenant compte du parcours client et de l'expérience client.*

- Droit et RGPD
- Audit et techniques d'analyse de sites web
- Structure et ergonomie des sites web

## **Bloc 6- Maîtrise de la communication digitale**

*Analyser les stratégies de communication online.*

*Mettre en œuvre une stratégie de communication digitale efficiente.*

- Social media ad
- Publicité sur internet
- Formation au SEA
- Formation au SEO
- La e-reputation

## **Bloc 7- Appui à la transformation en contexte professionnel**

*Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif.*

- Gestion de projet web

## **Bloc 8- Développement et intégration de savoirs hautement spécialisés**

*Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines.*

*Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation.*

- Réalisation du mémoire
- Travaux individuels
- Suivi de projet

## **LES + ASFO**

Nos responsables pédagogiques et intervenants sont des experts reconnus dans leur métier.

Cette formation permet de conjuguer théorie et pratique grâce à l'alternance de périodes en entreprise et périodes au centre de formation.

La formation est dispensée en partenariat avec TSM – Toulouse School of Management.

Certification AFNOR selon le référentiel ISO 9001.