

MASTER 2 MARKETING MANAGEMENT

Code produit : MASTER_2_COMM / Version : v1

ELEMENTS DE CONTEXTE

Ce diplôme est dispensé par TSM – Toulouse School of Management.

ASFO Grand Sud est CFA (Centre de Formation d'Apprentis) sur ce diplôme.

Consulter la fiche détaillée sur le site de TSM : <https://tsm-education.fr/formations/master-2-marketing>

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- 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

CARRIERES

- 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 d'études marketing qualitatives, quantitatives
- Responsable marketing opérationnel
- Chef de produit Business to Business

PREREQUIS

- Diplôme de niveau bac +4 (240 ECTS)
- Bénéficiaire d'une validation des Acquis Professionnels (VAP)

Modalités de recrutement :

- Sélection sur dossier - Entretien éventuel

MODALITES

Durée : 442 heures / 63 jours

Type : Présentiel

Méthodes et moyens pédagogiques : 10 jours en formation et 3 semaines en entreprise, de septembre à juin

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

Sanction de la formation : Master (Bac+5)

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

PROGRAMME

Bloc 1- S'appropriier 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 B to B
- Marketing automation

Bloc 4- Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente

- Stratégie de communication
- Relation médias
- Relation clients
- Retail marketing
- Tendances de communication

Bloc 5- Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en Marketing-Vente

- Google analytics
- Data marketing
- Études marketing

Bloc 6- Mettre en œuvre des règles, des normes et des démarches qualité en Marketing-Vente

- Innovation et enjeux de la transformation digitale
- Droit de la communication
- 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

LES +

La formation est dispensée par TSM – Toulouse School of Management dans ses locaux à Toulouse UT1.