

# FORMATION MASTER 2 MARKETING MANAGEMENT

**Le Master 2 Marketing Mangement est délivré par TSM – Toulouse School of Management.**

**ASFO Grand Sud est partenaire sur la partie apprentissage.**

**La formation se déroule dans les locaux de TSM, 2 rue du Doyen Gabriel Marty - 31042 Toulouse.**

**Formation en alternance (apprentissage et contrat de professionnalisation) et formation continue.**

## Objectifs

Vous cherchez à développer votre vision managériale et stratégique ? Vous souhaitez approfondir vos connaissances en marketing en tenant compte des évolutions constantes du marché ? Le parcours du Master 2 Marketing Management vise à former des managers marketing capables d'exercer dans tous les secteurs économiques (produits, services, Tech, BtoB, économie sociale et solidaire etc...). L'objectif de ce Master 2 Marketing est de donner une vision généraliste des enjeux du marketing en entreprise avec un accent mis sur la communication, le design graphique et la responsabilité sociétale des entreprises. A la fin de ce Master 2 Marketing en alternance grâce à leur formation théorique à l'Ecole et opérationnelle en entreprise seront à même d'exercer différents métiers du marketing. Cette formation permet d'apprendre à de gérer des projets de manière rigoureuse, efficace et responsable. Il permet de s'adapter de manière agile à un environnement complexe et en perpétuel changement. Il permet également de maîtriser les outils et techniques liés aux design graphique, à la création de site web, au marketing des services, au marketing international, à l'innovation et aux études marketing etc. Le Master Marketing Management vise à former des marketing managers, communication managers, sales managers, project managers, key account managers, market studies managers, brand managers, social media manager etc.

**Les atouts de la formation :**

- Une formation complète qui associe enseignements théoriques et intervention de professionnels
- Des projets et exercices concrets pour faciliter la projection en entreprise de toute taille ou de tout secteur d'activité
- Une formation qui répond et s'adapte aux tendances du marché actuel
- L'acquisition d'une vision stratégique sur le plan marketing comme managérial

## Public Visé

Taux de sélection : 44% / Age moyen : 22 / Nombre de nationalités : 2  
/ Répartition H-F : 5% - 95%

## Durée

**420.00** Heures en présentiel en présentiel

**60** Jours

## Pré Requis

Niveau d'entrée : Bac +4 / Niveau de sortie : Bac +5

Candidats titulaires de 240 ECTS, niveau Bac +4 ou bénéficiaires d'une VAP (Validation des Acquis Professionnels)

### Calendrier 2024-2025 :

- Ouverture des candidatures : 25 février 2025

- Fermeture des candidatures : 29 avril 2025

- Publication des résultats : 23 mai 2025

### Candidatures / Documents à fournir :

- CV
- Lettre de motivation
- Relevés de notes du cursus post-baccalauréat
- D'autres pièces pourront vous être demandées en fonction de votre situation

## Parcours pédagogique

**MENTION** : Marketing, Vente

**CREDITS** : 60 ECTS

ASFO GRAND SUD - Numéro de déclaration d'activité (ne vaut pas agrément de l'état) : 76310897031

Version : MASTER2COMM-20250122

ASFO GRAND SUD

0 800 64 31 33 (n°gratuit)  
contact@groupeifc.com  
www.asfograndsud.com



SIRET : 83420427300017  
Code APE : 8559A  
Déclaration de formation déposée sous le  
n°76310897031 auprès du Préfet de la Région Occitane.  
(Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état)

**RNCP** : Code 35907 / **Certificateur** : Université Toulouse 1 Capitole - Arrêté du 15.07.2021 / **Consulter la fiche** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35907/>

**CODE APPRENTISSAGE** : 13531276

**SEMESTRE 3 :**

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

**ECTS** : 9.00 / **HCM** : 59.50

- Social media management
- Blog et website management
- Stratégie de marketing digital

**Bloc 2- Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés**

**ECTS** : 3.00 / **HCM** : 21.00

- Communication internationale
- Marketing sensoriel et neuromarketing

**Bloc 3- Elaborer une vision stratégique en Marketing-Vente**

**ECTS** : 9.00 / **HCM** : 59.50

- Stratégie de marque
- Servuction et Management des services
- Marketing B to B
- Marketing et négociation

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

**ECTS** : 8.00 / **HCM** : 63.00

- Stratégie de communication
- Stratégie Retail
- Tendances de communication

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

**ECTS** : 9.00 / **HCM** : 56.00

- Web analytics
- Data et marketing
- Études marketing

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

**ECTS** : 5.00 / **HCM** : 35.00

- Marketing durable
- Engagement durable et marques positives
- Nudge et trends marketing

**Bloc 7- Développer une culture managériale et organisationnelle**

**ECTS** : 2.00 / **HCM** : 42.00

- Développement personnel
- Network management
- Conférences thématiques

**Bloc 8- Concevoir des documents de communication**

**ECTS** : 5.00 / **HCM** : 56.00

- Méthodes de créativité en marketing
- Relations médias
- Design graphique
- Communication de crise

**SEMESTRE 4 :**

**Bloc 9- Contribuer à la transformation en contexte professionnel**

**ECTS** : 10.00 / **HCM** : 7.00

- Méthodologie et réalisation mémoire
- Pilotage de projet

**ASFO GRAND SUD - Numéro de déclaration d'activité (ne vaut pas agrément de l'état) : 76310897031**

Version : MASTER2COMM-20250122

**ASFO GRAND SUD**

0 800 64 31 33 (n°gratuit)  
contact@groupelfc.com  
www.asfograndsud.com



SIRET : 83420427300017  
Code APE : 8559A  
Organisme de formation enregistré sous le  
n°76310897031 auprès du Préfet de la Région Occitane.  
(Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État)

## Objectifs pédagogiques

Analyser des données  
Gérer des projets à forte valeur ajoutée  
Manager des équipes  
Mettre en œuvre les outils marketing permettant de maximiser la bonne réussite d'un projet  
Communiquer aux différentes parties prenantes et dans différentes langues  
Réfléchir aux actions futures à mener  
Appliquer et respecter des règles et des normes du secteur d'activités concerné  
Construire des projets de manière responsable  
Développer une attitude professionnelle dans la gestion des projets  
Développer une vision stratégique de la communication  
Analyser des connaissances dans un nouveau contexte  
Contrôler tous les aspects de la communication marketing et interpersonnelle

## Méthodes et moyens pédagogiques

- **Régime d'études :**

Formation en alternance (contrat apprentissage / contrat de professionnalisation), Formation continue, Eligible VAE

- **Langue d'enseignement :**

Français

- **Type de formation :**

Hybride (présentiel - distanciel)

- **Modalités pédagogiques :**

Pour une formation en présentiel, au-delà de l'approche classique du cours magistral articulé avec ses travaux dirigés, l'étudiant peut se voir proposer des mises en situations, des études de cas pratiques, constituant autant d'opportunités d'apprentissage. Ces enseignements sont dispensés dans des salles de cours dédiées et équipées ; l'apprenant a également un accès libre aux diverses ressources universitaires : salles informatiques ou service commun de la documentation.

## Qualification Intervenant(e)s

L'équipe pédagogique pluridisciplinaire associe des enseignants-chercheurs universitaires et des professionnels du terrain.

## Méthodes et modalités d'évaluation

Consulter les modalités de contrôle de connaissances et de compétences :

<https://tsm-education.fr/sites/default/files/2023-04/mccc-tsm-m2-parcours-marketing-management-fp.pdf>

Taux de réussite aux examens : 100%

## Modalités d'Accessibilité

Accès PMR