

## FORMATION MASTER 2 MARKETING DIGITAL

MAWEB\_APP

**Le parcours de Master Marketing digital est proposé dans le cadre d'un partenariat entre TSM et l'ASFO Grand Sud. La formation est dispensée dans les locaux de l'ASFO Grand Sud à Ramonville Saint Agne (31). Depuis des années, l'ASFO Grand Sud place l'Humain au coeur de ses préoccupations et fait en sorte de proposer un cadre de travail fonctionnel et agréable pour tous. Le centre de formation met en place des méthodologies innovantes pour proposer un service toujours de qualité.**

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

### Objectifs

Vous souhaitez vous initier aux métiers de demain ? Vous recherchez un parcours complet pour vous apporter des compétences managériales permettant de vous orienter et construire progressivement un projet professionnel dans le domaine du marketing digital ? Le parcours Marketing digital de TSM apporte aux futurs diplômés une expertise en termes d'expérience utilisateur sur le web, acquisition de trafic, stratégie big data ou gestion et animation des réseaux sociaux. Cette formation permet de mieux comprendre le comportement des consommateurs, acheteurs et influenceurs sur internet grâce aux différentes techniques opérationnelles et aux outils du web marketing. A la fin du master, les étudiants seront capables de concevoir et développer une stratégie de marketing digital innovante dans un contexte d'entreprise avec un environnement en perpétuel changement. Réalisé en formation continue ou en alternance, le parcours préparera efficacement aux métiers de responsable marketing et communication, chef de projet digital, social media manager ou consultant web dans les entreprises, les agences et les cabinets de conseil.

#### Les atouts de la formation :

- Une double compétence marketing et digital pour une spécialisation recherchée dans une évolution de poste
- Une formation complète qui permet aux étudiants de définir concrètement leur profil professionnel et ainsi choisir leurs futures prises de fonctions en entreprise
- L'acquisition d'une expertise technique avec la prise en main d'outils et de logiciels techniques utilisés en marketing digital

#### Public Visé

Taux de sélection : 54% / Age moyen : 23,1 / Nombre de nationalités : 5 / Répartition H-F : 19% - 91%

#### Durée

407.00 Heures en présentiel en présentiel

58 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 : 26 février 2024
- Fermeture des candidatures : 30 avril 2024
- Publication des résultats : 23 mai 2024

#### Candidatures / Documents à fournir :

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

Les candidatures pour l'année 2023-2024 ne sont plus acceptées. Les candidatures pour la rentrée universitaire 2024-2025 seront ouvertes à partir du mois de mars 2024. Si vous dépendez d'un pays *Campus France*, veuillez candidater via *Etudes en France* entre octobre et décembre

2023.

## Parcours pédagogique

**MENTION** : Marketing, Vente

**CREDITS** : 60 ECTS

**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** : 3.00 / **HCM** : 20.00

- Introduction au développement web
- Création de site web avec un CMS
- Outils et applications en nocode

**Bloc 2- Communiquer en contexte professionnel**

**ECTS** : 8.00 / **HCM** : 80.00

- Workshops thématiques
- Challenge Marketing Digital

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

**ECTS** : 9.00 / **HCM** : 68.00

- 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**

**ECTS** : 8.00 / **HCM** : 52.00

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

**ECTS** : 4.00 / **HCM** : 32.00

- 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**

**ECTS** : 12.00 / **HCM** : 104.00

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

### **SEMESTRE 4 :**

**Bloc 7- Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés**

**ECTS** : 14.00 / **HCM** : 33.00

- Travaux individuels en autonomie
- Réalisation du mémoire

**Bloc 8- Contribuer à la transformation en contexte professionnelle**

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

ECTS : 2.00 / HCM : 8.00

- Gestion de projet web

## Objectifs pédagogiques

- Analyser des données
- Gérer des projets à forte valeur ajoutée
- Manager des équipes
- Mettre en oeuvre 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
- Concevoir une stratégie de marketing digital 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 oeuvre
- Concevoir une stratégie de marketing digital 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 oeuvre

## 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)

TSM attache une grande importance à l'élaboration de parcours d'apprentissage personnalisés, en utilisant notamment des outils digitaux permettant à l'étudiant plusieurs temps d'apprentissage en autonomie.

En disposant d'une équipe dédiée à l'évolution pédagogique des enseignements, TSM s'attache à développer des approches pédagogiques motivantes, qui facilitent un apprentissage actif, participatif et par projet au sein de tous ses programmes. Ainsi, Toulouse School of Management accompagne des enseignants volontaires, souhaitant faire évoluer leurs cours vers un format combinant des activités pédagogiques interactives, synchrones et asynchrones.

## **Méthodes et modalités d'évaluation**

Les enseignements de chaque bloc de compétences font l'objet d'une évaluation sous la forme d'un contrôle continu (CC) et/ou d'un contrôle terminal (CT). La note attribuée dans le cadre du CC et/ou du CT d'un bloc de compétences résulte d'une ou plusieurs épreuves pouvant être réalisées sous forme d'écrits, d'oraux, de projets ou de travaux de groupe. Au cours de l'année universitaire, chaque apprenant doit rédiger un mémoire professionnel portant sur une (ou des) mission(s) qui lui auront été confiées dans son organisation ou sur son projet de création d'entreprise et sur une problématique à définir et à valider par le tuteur universitaire ou le responsable pédagogique du diplôme. Ce mémoire professionnel est évalué ainsi que sa soutenance orale.

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

Taux de réussite aux examens : 95%

## **Modalités d'Accessibilité**

Accès PMR