

MENTION - MARKETING VENTE - MASTER 1 MARKETING VENTE & MASTER 2 MARKETING ET COMMUNICATION APPLIQUÉES AU DIGITAL

MASTER MARKETING ET COMMUNICATION APPLIQUÉS AU DIGITAL



Le Master est inscrit de droit en tant que diplôme d'État au Répertoire National de la Certification Professionnelle (Code RNCP 35907). Il est homologué de niveau 7.

La digitalisation modifie profondément les comportements d'achat et de consommation et offre de nouvelles perspectives de développement pour les entreprises. Elle occupe également une place importante dans la conduite des projets marketing (innovation produits, proposition de services connexes à un produit, communication de la marque, gestion des réseaux sociaux, distribution des produits, émergence de nouveaux business models...) aussi bien pour des start-ups que pour des grandes entreprises. Le manager doit être capable de comprendre ce contexte et de mettre en oeuvre une stratégie marketing adaptée.

OBJECTIFS ET DÉBOUCHÉS

Grâce à son programme complet, qui aborde les nombreuses facettes de la fonction marketing et communication, le Master prépare les étudiants à exercer les métiers du marketing et de la communication aussi bien dans des grands groupes, que des PME/PMI, ou de très petites structures (artisans, start-up). Quel que soit le parcours choisi, les étudiants peuvent ensuite évoluer vers des fonctions de chef de groupe puis, à terme, de directeur marketing. Une liste non exhaustive de postes est présentée ci-dessous en fonction de chaque parcours.

Pour le parcours Marketing et Communication appliqués au digital, les diplômés s'orientent généralement vers des postes portant sur la gestion et l'animation des outils digitaux (sites internet et application) tels que :

- médiaplanner digital
- webanalyste
- traffic manager/lead generation manager
- social media manager/community manager
- brand content manager / responsable de contenus
- responsable de référencement search engine marketing (SEM)

ORGANISATION DES ÉTUDES ET PROFESSIONNALISATION

Les étudiants peuvent choisir le statut qui correspond le mieux à leurs objectifs : formation initiale avec stage, formation en alternance en contrat de professionnalisation ou d'apprentissage, chaque parcours pouvant être suivi en M1 et/ou en M2.

Le rythme d'alternance est d'environ une semaine sur deux, du lundi au samedi. Les enseignements débutent en septembre jusque fin avril pour les M1, et jusqu'à fin mars pour les M2. L'étudiant doit obligatoirement réaliser son contrat sur les 2 années de master.

Pour en savoir plus sur les statuts de l'alternance (apprentissage & contrat professionnalisation) : <https://iaemetz.univ-lorraine.fr/nos-formations/alternance>

L'expérience professionnelle doit s'effectuer au sein d'une entreprise d'accueil sur des missions conformes au parcours suivi. Cette expérience professionnelle se termine par la rédaction d'un rapport en fin de M1, et celle d'un mémoire soutenu devant un jury en fin de M2.

Cette formation est dispensée en français et en anglais (voir détail des UE en page 2).

CONDITIONS D'ACCÈS

- **Conditions d'admissibilité en M1** : Accès sur dossier pour les titulaires d'une licence ou équivalent bac+3 (180 ECTS) dans les spécialités suivantes : Économie-Gestion, Gestion, Information-Communication, Langues Étrangères Appliquées, et avoir un projet en lien avec la formation.

Les candidats en M1 doivent passer le Score IAE Message. Informations et inscription : score.iae-message.fr

Test de langue (facultatif mais recommandé)

Dossier de candidature à réaliser sur :

www.monmaster.fr

- **Conditions d'admissibilité en M2** : être titulaire d'une formation de niveau Bac + 4 (240 ECTS) de préférence en marketing ; et avoir un projet en lien avec la formation.

- **Pour les cadres et demandeurs d'emploi non titulaires des diplômes ci-dessus** : pouvoir justifier d'une bonne expérience professionnelle et d'un statut cadre (validation d'acquis professionnels).

- **Retrait des dossiers de candidature à compter de la mi-mars** : Voir modalités sur notre site web. Accès sur dossier et si admissibilité, entretien de sélection.

Pour les candidats relevant de Campus en France veuillez consulter cette page :

<https://www.campusfrance.org/fr/candidature-procedure-etudes-en-france>

1 rue Augustin Fresnel
BP 15100
57073 Metz Cedex 3

Tél : +33 (0)3 72 74 88 40
Fax : +33 (0)3 72 74 88 41
iaemetz.univ-lorraine.fr

FORMATION INITIALE

CONTRAT D'APPRENTISSAGE

CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

CONTACT

Alternance (apprentissage & contrat de professionnalisation)
corinne.blancfort@univ-lorraine.fr

DURÉE DE LA FORMATION

M1

- 400 heures d'enseignement
- Stage : 308h à 924h de présence effective en entreprise

M2

- 400 heures d'enseignement
- Stage : 616h à 924h de présence effective en entreprise

LIEU DE LA FORMATION

IUT Épinal-Hubert Curien

FRAIS DE SCOLARITÉ

Consultez le site web de l'IAE Metz

RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE

Nora BEZAZ
nora.bezaz@univ-lorraine.fr

M1 «MARKETING VENTE»

SEMESTRE	M1 «MARKETING VENTE»		SEMESTRE
7	COMPRÉHENSION DU MARCHÉ (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Approfondissement du comportement du consommateur • Etude de marché 	8
	STRATÉGIE ET PLANIFICATION MARKETING (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing stratégique approfondi • Marketing opérationnel approfondi 	
	ANALYSE DES DONNÉES (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Traitement de données qualitatives • Traitement de données quantitatives 	
	CONCEPTION ET MISE EN OEUVRE DE PROJETS (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Management de projets • Projet tutorés • Anglais 	
	CHOIX MCD : MARKETING À L'HEURE DU DIGITAL 1 (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • E-commerce, concept et modèles de l'e-business • Conception et développement web niveau 1 	
	MANAGEMENT DE LA VENTE (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Management des équipes • Management des relations commerciales (BtoB et BtoC) 	
	COMMUNICATION DES ORGANISATIONS (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Eco-système de la communication • Outils de création de supports de communication 	
	MISE EN APPLICATION PROFESSIONNELLE (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Application professionnelle et projets tutorés • Anglais 	
	INNOVATION DANS LES ORGANISATIONS (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Généralisation empirique en marketing • Méthodes d'études et de recherches en marketing 	
	CHOIX MCD : MARKETING À L'HEURE DU DIGITAL 2 (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Conception et développement Web niveau 2 • Environnement juridique du digital 	

M2 «MARKETING ET COMMUNICATION APPLIQUÉS AU DIGITAL»

SEMESTRE	M2 «MARKETING ET COMMUNICATION APPLIQUÉS AU DIGITAL»		SEMESTRE
9	INTERNATIONAL BUSINESS ENVIRONMENT 6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Legal and cultural marketing frameworks • International Negotiation 	10
	COMMUNICATION MARKETING APPROFONDIE (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Communication marketing intégrée • Suivre des actions de communication 	
	STIMULI ET DONNÉES MARKETING (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing expérientiel et sensorie • Système d'information, big data et intelligence artificielle 	
	INITIATION À LA RECHERCHE (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche en marketing et communication digitale • Analyse des pratiques professionnelles en marketing et communication digitale 	
	CRÉATION ET DÉVELOPPEMENT DE TRAFIC (6 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse de trafic web et réseaux sociaux • Outils de création de trafic 	
	MARKETING ET DÉFIS SOCIAUX (3 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing et responsabilité Sociétale des Organisations • Marketing social 	
	PRATIQUES MARKETING (3 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Challenge / concours marketing • Observatoire des pratiques de marketing et communication 	
	MARKETING À L'HEURE DU DIGITAL 3 (3 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • UX design • Stratégie de référencement 	
	GESTION DE CONTENU ET DES COMMUNAUTÉS EN LIGNE (3 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Stratégie de contenu numérique • Gestion des réseaux sociaux, influenceurs 	
	CONDUITE DE PROJET (18 ECTS)	<ul style="list-style-type: none"> • Mémoire de recherche • Mise en oeuvre d'un projet de recherche en marketing et communication digitale • Amélioration des pratiques professionnelles en marketing et communication digitale et gamification 	

QUELQUES CHIFFRES CONCERNANT LA FORMATION

