

Master 2 Marketing opérationnel et digital

Niveau de recrutement : BAC + 4

Durée de la formation : 1 an

Stage : oui / **Alternance :** oui

Ouvert en :

- Formation initiale
- Formation continue

Effectif : 28 étudiants



Objectifs de la formation

Le master 2 parcours Marketing Opérationnel & Digital a pour objectif de former des responsables marketing spécialisés en marketing opérationnel et digital.

Il permet d'approfondir les compétences en marketing opérationnel et digital en intégrant les derniers développements des technologies numériques, en ligne, et des médias sociaux.

Il vise les métiers de la fonction marketing, de la communication commerciale, de la relation client, du e-commerce.

Il permet aussi aux étudiants qui en ont la capacité et la volonté de s'inscrire dans une démarche de spécialisation par la recherche.

Master 2 Marketing opérationnel et digital



Enseignements en 2^e année de master

SEMESTRE 3

UE 1 : Marketing management	
Branding et gestion de marque	21 h
Innovation marketing	21 h
UE 2 : Marketing digital	
Stratégie marketing digital et mix marketing	21 h
Webanalytics	21 h
UE 3 : Création publicitaire	
Création et fabrication publicitaire	21 h
PAO	21 h
UE 4 : Animation et communication internes	
Animation du réseau commercial	16 h
Communication interne	16 h
UE 5 : Outils d'insertion professionnelle (1)	
Business english 1	21 h
Séminaires métiers et préparation au recrutement	25 h

SEMESTRE 4

UE 6 : Communication digitale	
Médias digitaux	21 h
Création et ergonomie de site web	21 h
UE 7 : Marketing direct et e-commerce	
Marketing direct et fidélisation	28 h
E-commerce et CRM	21 h
UE8 : Séminaires spécifiques	
Marketing agroalimentaire, participatif, pharmaceutique, de la santé, sportif...	35 h
International week	14 h
UE 9 : Outils d'insertion professionnelle (2)	
Business english 2	21 h
Droit du marketing et du commerce on line	21 h
UE 10 : Applications professionnelles	
Projet / Contrat ou alternance ou mémoire	14 h
Stage en entreprise ou alternance	
TOTAL	400 heures

Master 2 Marketing opérationnel et digital



Enseignements en 2^e année de master

Planning 2018-2019

09/2018		10/2018		11/2018		12/2018		01/2019		02/2019		03/2019		04/2019		05/2019		06/2019		07/2019		08/2019		09/2019				
1	Sam		Lun			Jeu		Toussaint				1	Sam		Mar	J. de l'an	Ven		1	Ven		Lun		Mer	jeu Mai	1	Sam	
2	Dim		Mar			Ven						2	Dim		Mer		Sam		2	Sam		Mar		Jeu		2	Lun	
3	Lun		Mer			Sam						3	Lun		Jeu		Dim		3	Dim		Mer		Ven		3	Mar	
4	Mar		Jeu			Dim						4	Mar		Ven		Lun		4	Lun		Jeu		Sam		4	Mer	
5	Mer		Ven			Lun						5	Mer		Sam		Mer		5	Mer		Ven		Lun		5	Jeu	
6	Jeu		Sam			Mer						6	Jeu		Dim		Mer		6	Jeu		Sam		Mer		6	Ven	
7	Ven		Dim			Mer						7	Ven		Lun		Jeu		7	Ven		Dim		Mer		7	Sam	
8	Sam		Lun			Jeu						8	Sam		Mer		Ven		8	Sam		Lun		Jeu		8	Dim	
9	Dim		Mer			Mer						9	Dim		Mer		Sam		9	Sam		Mer		Ven		9	Lun	
10	Lun		Mer			Sam						10	Lun		Jeu		Dim		10	Dim		Mer		Ven		10	Mar	
11	Mar		Jeu			Dim						11	Mar		Ven		Lun		11	Lun		Jeu		Dim		11	Mer	
12	Mer		Ven			Lun						12	Mer		Sam		Mer		12	Mer		Ven		Lun		12	Jeu	
13	Jeu		Sam			Mer						13	Jeu		Dim		Mer		13	Jeu		Sam		Mer		13	Ven	
14	Ven		Dim			Mer						14	Ven		Lun		Jeu		14	Ven		Dim		Fête Nat.		14	Sam	
15	Sam		Lun			Jeu						15	Sam		Mer		Ven		15	Sam		Lun		Jeu		15	Dim	
16	Dim		Mer			Ven						16	Dim		Mer		Sam		16	Dim		Mer		Ven		16	Lun	
17	Lun		Mer			Sam						17	Lun		Jeu		Dim		17	Lun		Mer		Sam		17	Mar	
18	Mar		Jeu			Dim						18	Mar		Ven		Lun		18	Mar		Jeu		Dim		18	Mer	
19	Mer		Brentrée			Ven		Lun				19	Mer		Sam		Mar		19	Mer		Ven		Lun		19	Jeu	
20	Jeu		Sam			Mer						20	Jeu		Dim		Mer		20	Jeu		Sam		Mer		20	Ven	
21	Ven		Dim			Mer						21	Ven		Lun		Jeu		21	Ven		Dim		Mer		21	Sam	
22	Sam		Lun			Jeu						22	Sam		Mer		Ven		22	Sam		Lun		Jeu		22	Dim	
23	Dim		Mer			Ven						23	Dim		Mer		Sam		23	Dim		Mer		Ven		23	Lun	
24	Lun		Mer			Sam						24	Lun		Jeu		Dim		24	Lun		Mer		Sam		24	Mar	
25	Mer		Jeu			Dim						25	Mer		Noël		Ven		25	Mer		Jeu		Dim		25	Mer	
26	Mer		Ven			Lun						26	Mer		Sam		Mer		26	Mer		Ven		Lun		26	Jeu	
27	Jeu		Sam			Mer						27	Jeu		Dim		Sam		27	Jeu		Sam		Mer		27	Ven	
28	Ven		Dim			Mer						28	Ven		Lun		Jeu		28	Ven		Dim		Mer		28	Sam	
29	Sam		Lun			Jeu						29	Sam		Mer		Sam		29	Sam		Lun		Jeu		29	Dim	
30	Dim		Mer			Ven						30	Dim		Mer		Sam		30	Dim		Mer		Ven		30	Lun	
31	Mer											31	Lun		Jeu				31	Dim						31		
Dimanches et jours fériés et fermetures centre						Périodes universitaires						Périodes en Entreprise possibles																

NB : Ce calendrier est donné à titre d'information, il pourra subir de légères modifications en raison de contraintes pédagogiques.



Compétences – Métiers – Poursuite d'étude

COMPETENCES ET CONNAISSANCES ACQUISES	<ul style="list-style-type: none">- Concevoir, piloter et réaliser des actions de marketing opérationnel et digital, de communication et/ou de vente.- Maîtriser les démarches et outils opérationnels pour concevoir, conduire, animer et évaluer des projets marketing.- Mettre en place et analyser des campagnes marketing.- Définir des actions marketing spécifiques, les mettre en œuvre et savoir contrôler leur efficacité.- Maîtriser les techniques de Marketing direct et les outils marketing 2.0 (gestionnaire e-mailing ; blogs, CRM).- Elaborer et piloter un plan d'actions marketing ou un plan de communication commerciale.- Elaborer une stratégie de webmarketing.- Déterminer les actions de marketing digital.- Connaître les techniques de communication interne et externe.- Connaître les différents médias, leurs spécificités et complémentarités.- Concevoir des outils et supports marketing et publicitaires.- Traiter des dossiers en groupes de projet de façon professionnelle.
ENTREPRISES & SECTEURS D'ACTIVITES	Compte tenu des besoins des organisations, tant privées que publiques, en matière de marketing opérationnel et digital, tous les secteurs d'activité sont concernés (industrie, services, BTP, secteur social ...) en France et à l'international quelle que soit la taille des entreprises (Startups, Pme-PMI, ETI et grands groupes).
LES METIERS VISÉS	<p>Le Master 2 parcours Marketing Opérationnel et digital permet d'occuper des postes à responsabilité dans les domaines privés ou publics.</p> <p>Chef de produit, chef de projet marketing, chargé de communication marketing, responsable de la communication interne et/ou externe, responsable marketing direct, responsable E-Commerce, responsable du marketing opérationnel, responsable marketing on line, responsable marketing, directeur marketing.</p>
INSERTION PROFESSIONNELLE	L'enquête insertion des diplômés est disponible sur le site l'Université Clermont Auvergne (UCA) http://www.uca.fr/formation-/insertion-professionnelle/devenir-des-diplomes/

Master 2 Marketing opérationnel et digital



Les plus de la formation

Le Master 2 parcours Marketing Opérationnel et Digital est délivré par l'**IAE Auvergne** - Ecole Universitaire de Management (EUM), membre du réseau IAE France, regroupant 32 Instituts d'Administration des Entreprises (IAE) en France. Il est labellisé Qualicert.

Une professionnalisation forte de la formation : L'immersion professionnelle revêt trois formes, parmi lesquelles l'étudiant doit choisir : **le contrat de professionnalisation, le stage alterné ou le stage de fin d'étude.**

Ouverture en alternance selon une périodicité de 15 jours de cours / 15 jours de pratique. Ces derniers peuvent être réalisés :

- soit en entreprise sous forme de **contrat de professionnalisation** ou de **stage alterné** avec la formation. Les étudiants qui choisissent cette option sont dispensés du stage en entreprise.
- soit en réalisant **un projet/ contrat d'études pour une entreprises ou une organisation**. Les étudiants qui choisissent cette option doivent effectuer un stage de fin d'études d'une durée de 3 à 6 mois.

Une pédagogie variée et innovante:

Les étudiants bénéficient de méthodes pédagogiques variées : espace numérique de travail, approches collaboratives, séminaires spécifiques, création d'évènements (International week).

Ils disposent de logiciels professionnels : Photoshop, Illustrator, In Design, Sphinx, SPSS.

Une ouverture à l'internationale :

Des enseignements en anglais (19% des cours).

L'anglais des affaires est assuré par un enseignant dont l'anglais est la langue maternelle. Le cours comprennent l'usage de sources multimédia (podcasts audio et vidéo, études de cas de Harvard Business Review, etc.) et une préparation spécifique au Test of English in International Communication (TOEIC).

Une préparation active à l'insertion professionnelle

Divers séminaires sont proposés aux étudiants afin de leur présenter les différents métiers marketing ainsi qu'une préparation aux entretiens de recrutement.

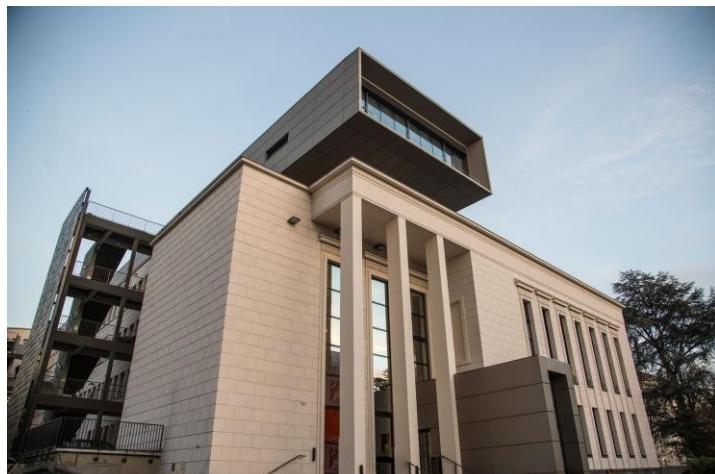
***Parce que l'excellence ne s'achète pas,
elle se construit à l'IAE Auvergne - Ecole Universitaire de Management***

Master 2 Marketing opérationnel et digital



> Lieux d'enseignement

IAE Auvergne - Ecole Universitaire de Management
11, avenue Charles-de-Gaulle CS 20273 63008
CLERMONT-FERRAND



> Contacts

Responsable(s) de la formation :
Elisabeth MARTIN-VERDIER
Tel. +33473177804
Elisabeth.MARTIN-VERDIER@uca.fr

Formation initiale :
Sylviane BOROT
Tel. +33473177726
Sylviane.BOROT@uca.fr
Amandine GAUME
Tel. +33473177726
Amandine.GAUME@uca.fr

Formation continue :
Myriam TALHI
Tel. +33473177702
fc.iae@uca.fr