

## 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.



## Enseignements en 2<sup>e</sup> année de master

### SEMESTRE 3

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

### SEMESTRE 4

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

# Master 2 Marketing opérationnel et digital



## Enseignements en 2<sup>e</sup> année de master

### Planning 2018-2019

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

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.

# Master 2 Marketing opérationnel et digital



## Compétences – Métiers – Poursuite d'étude

COMPETENCES ET CONNAISSANCES ACQUISES	<ul style="list-style-type: none"><li>- Concevoir, piloter et réaliser des actions de marketing opérationnel et digital, de communication et/ou de vente.</li><li>- Maîtriser les démarches et outils opérationnels pour concevoir, conduire, animer et évaluer des projets marketing.</li><li>- Mettre en place et analyser des campagnes marketing.</li><li>- Définir des actions marketing spécifiques, les mettre en œuvre et savoir contrôler leur efficacité.</li><li>- Maîtriser les techniques de Marketing direct et les outils marketing 2.0 (gestionnaire e-mailing ; blogs, CRM).</li><li>- Elaborer et piloter un plan d'actions marketing ou un plan de communication commerciale.</li><li>- Elaborer une stratégie de webmarketing.</li><li>- Déterminer les actions de marketing digital.</li><li>- Connaître les techniques de communication interne et externe.</li><li>- Connaître les différents médias, leurs spécificités et complémentarités.</li><li>- Concevoir des outils et supports marketing et publicitaires.</li><li>- Traiter des dossiers en groupes de projet de façon professionnelle.</li></ul>
ENTREPRISES & SECTEURS D'ACTIVITES	Compte tenu des besoins des organisations, tant privées que publiques, en matière de marketing opérationnel et digital, <b>tous</b> 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 VISES	Le <b>Master 2 parcours Marketing Opérationnel et digital</b> permet d'occuper des postes à responsabilité dans les domaines privés ou publics. 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.
INSERTION PROFESSIONNELLE	L'enquête insertion des diplômés est disponible sur le site l'Université Clermont Auvergne (UCA) <a href="http://www.uca.fr/formation-/insertion-professionnelle/devenir-des-diplomes/">http://www.uca.fr/formation-/insertion-professionnelle/devenir-des-diplomes/</a>

# 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](mailto:Elisabeth.MARTIN-VERDIER@uca.fr)

**Formation initiale :**

Sylviane BOROT  
Tel. +33473177726

[Sylviane.BOROT@uca.fr](mailto:Sylviane.BOROT@uca.fr)

Amandine GAUME  
Tel. +33473177726

[Amandine.GAUME@uca.fr](mailto:Amandine.GAUME@uca.fr)

**Formation continue :**

Myriam TALHI  
Tel. +33473177702

[fc.iae@uca.fr](mailto:fc.iae@uca.fr)

