RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté Égalité Fraternité

iae CAEN
École Universitaire de Management

MASTER

MARKETING, VENTE

DIPLÔME NATIONAL DE MASTER CONTRÔLÉ PAR L'ÉTAT

Parcours :

Marketing digital et social média



Niveau de diplôme	Durée du programme	Lieu.x de formation	Crédit ECTS
Grade de Master (Bac+5)	2 années	Caen	120

Cette formation a pour objectif de répondre aux besoins des organismes recherchant des cadres spécialisés dans le domaine marketing, commercial, achat, distribution ou digital capables de mettre en œuvre une stratégie marketing et commerciale et d'encadrer des équipes de vente.

Les étudiants acquièrent une connaissance approfondie de toutes les facettes du marketing : de l'élaboration de la stratégie à la promotion des ventes, en passant par la maîtrise des enjeux de la distribution et du marketing numérique.

Vous souhaitez en savoir plus sur nos formations en marketing digital ? Rendez-vous sur notre site dédié à la filière numérique.

Objectifs de la formation

Cette formation a pour objectifs de répondre aux besoins des organismes recherchant des cadres spécialisés dans le domaine marketing, commercial, achat, distribution ou digital capables de mettre en œuvre une stratégie marketing et commerciale et d'encadrer des équipes de vente. Les étudiants acquièrent une connaissance approfondie de toutes les facettes du marketing : de l'élaboration de la stratégie à la promotion des ventes, en passant par la maîtrise des enjeux de la distribution et du marketing numérique. À l'issue de cette formation, les étudiants sont donc en mesure de :

- Maîtriser les enjeux du marketing numérique,
- Élaborer une stratégie et un plan marketing,
- Rassembler l'information et analyser l'environnement,
- Réaliser des études de marché et prévoir la demande,
- Développer la politique marketing d'un producteur, d'une entreprise de services ou d'un distributeur,
- Comprendre les comportements des consommateurs,
- Segmenter les marchés et choisir les cibles,
- Élaborer le positionnement,
- Définir la stratégie produit,
- Concevoir et développer une stratégie de services en intégrant le « service » et les « services »,
- Choisir et animer les circuits de distribution et maîtriser le retailing mix,
- Manager et piloter une force de vente,
- Construire une stratégie de communication,
- Maîtriser les enjeux du développement à l'export,
- Maîtriser les évolutions des nouvelles tendances de consommation : la consommation verte, la décroissance, le développement soutenable…

Compétences acquises

À l'issue de cette formation, les étudiants sont en mesure de :

- Maîtriser les enjeux du marketing numérique,
- Élaborer une stratégie et un plan marketing,

- Rassembler l'information et analyser l'environnement,
- Réaliser des études de marché et comprendre les comportements des consommateurs,
- Segmenter les marchés, choisir les cibles, élaborer le positionnement,
- Définir la stratégie produit et/ou services,
- Choisir et animer les circuits de distribution,
- Manager et piloter une force de vente,
- Construire une stratégie de communication,
- Maîtriser les enjeux du développement à l'export et les évolutions des nouvelles tendances de consommation.

Principaux enseignements

Maîtriser les enjeux organisationnels

- Comptabilité générale
- Simulation d'entreprise
- Projet professionnel et passeport compétences
- Droit de l'entreprise

Créer un site internet et des applications

- Photoshop
- Création de site internet
- Système d'information

Développer la visibilité de son entreprise sur le web

- Analytics et performance digitale
- UX design et design thinking
- Marketing direct et e-mailing
- Construire et évaluer un business plan

Exploiter le Big Data et l'intelligence artificielle

- Introduction au Big Data
- Datavisualisation
- Agilité digitale

Maîtriser le marketing digital

- Certification google
- Référencement naturel et payant (SEA, SEO, ASO)

Décider et piloter les actions marketing

- Comportement du consommateur
- Négociation
- Markstrat (jeu d'entreprise)
- Études marketing (études qualitatives, anthropologie de la consommation)

Concevoir et piloter une politique de marketing digital

- Marketing, Iot et Inbound marketing
- Stratégie marketing digitale et ROI
- Récupération, préparation et analyse de données
- Projets digitaux et data science

Concevoir et piloter une politique social media

- Stratégie communautaire
- Marketing d'influence et conversationnel
- Pilotage de projets social media

Décoder les tendances de consommation

- Sacré, Spiritualité & Bien être
- Culture, tourisme & expérience
- Ethnomarketing de la consommation

Admission · inscription

CONDITIONS D'ACCÈS

Accès sélectif avec capacité d'accueil. Licences conseillées : Licence Gestion, Licence Économie, Licence Économie et gestion, Licence AES Modalités de sélection : Examen sur dossier (qualité du cursus antérieur, motivation(s) et CV), Entretien.

PROCÉDURE D'INSCRIPTION : CANDIDATURE

Pour vous inscrire

1. En première année, rendez-vous sur la plateforme nationale de candidature MonMaster.
2. En deuxième année, rendez-vous sur la plateforme eCandidat. Vous y trouverez aussi les dates de candidatures.

Si vous relevez d'une procédure spécifique (redoublement, validation d'études supérieures, transfert de dossier, étudiant·e international·e...), découvrez comment candidater à l'université de Caen Normandie.

Contact

Université de Caen Normandie
IAE · École universitaire de Management
3-19 rue Claude Bloch · CS 25160 · 14075 Caen Cedex 5
02 31 56 65 00

https://www.iae.unicaen.fr