

Master Marketing, vente parcours Marketing digital

Domaine :

Droit - Economie - Gestion

Mention :

Marketing vente

UFR/Institut :

UPEC - IAE Paris-Est

Type de diplôme :

Master

Niveau(x) de recrutement :

Bac + 3

Niveau de diplôme :

Bac + 5

Lieu(x) de formation :

Créteil - Campus mail des Mèches

Durée des études :

2 ans

Accessible en :

Formation initiale,
Formation continue

Site web de la formation :

<https://www.iae-paris-est.fr/fr/formation/creteil/master-marketing-digital>

Présentation de la formation

La formation est délivrée par l'IAE Paris-Est.

Le Master Marketing digital a pour objectif de former en 2 ans aux métiers du marketing digital, en agence comme en entreprise. A la sortie du master, les étudiants occuperont, entre autres, des postes de chef de projet digital, chef de projet CRM ou de responsable e-commerce/m-commerce. La spécialisation des enseignements dispensés donnera également accès à des métiers plus spécialisés, par exemple traffic manager ou expert SEO.

Pour permettre aux futurs diplômés d'évoluer dans un domaine en pleine mutation, le Master Marketing digital propose une formation leur permettant à la fois de maîtriser les fondamentaux de gestion, de comprendre les enjeux liés aux nouvelles technologies et au Big Data et d'acquérir des compétences pointues autour des techniques du digital, tout en développant leurs soft skills en matière de gestion de projet.

La première année du Master se concentre sur la consolidation des fondamentaux de gestion et la maîtrise des fondamentaux du marketing, et permet d'effectuer un stage de 4 à 5 mois.

La deuxième année du Master Marketing digital constitue une année de spécialisation, permettant d'approfondir et de compléter les acquis de la première année ; certains cours sont dispensés en anglais afin de faciliter l'utilisation de cette langue dans un contexte professionnel. Le stage de 6 mois s'effectue à la période de plus forte demande des départements marketing et des agences de marketing digital. Il constitue un véritable tremplin à l'emploi, la majorité des étudiants se voyant offrir des propositions de postes à l'issue de cette expérience professionnelle immersive dans l'univers du digital

Capacité d'accueil

20 à 30 places

Compétence(s) visée(s)

À l'issue de la formation, le diplômé est capable de :

- développer un site web et l'animer
- concevoir une application mobile et l'intégrer dans une logique cross-canal
- animer une communauté à travers les réseaux sociaux
- optimiser les leviers de création de trafic (growth, inbound marketing, landing pages, SEA, etc.)
- concevoir des mécaniques efficaces d'acquisition et de fidélisation
- piloter l'exécution opérationnelle des campagnes
- analyser la performance au travers des web analytics
- mener une veille sur les innovations technologiques liées au digital et à l'IoT
- gérer des projets en lien avec la méthode Agile
- travailler avec des clients ou prestataires à l'international*.

*Certains enseignements sont dispensés en anglais

Poursuites d'études

La formation prépare à embrasser des carrières de cadres/managers dans le numérique. Le marché de l'emploi dans les métiers du numérique est extrêmement porteur et le sera encore davantage en raison de la digitalisation croissante de l'économie et des services (y compris publics).

Débouchés professionnels

Plusieurs postes peuvent ainsi être occupés à l'issue de la formation : chef de projet digital / chef de projet web, chef de projet mobile, community manager, social media manager, traffic manager, consultant en référencement/Expert SEO, chef de projet CRM, responsable e-commerce / m-commerce ou encore data scientist/data analyst.

Environnement de recherche

Les deux co-responsables ainsi que les enseignants-chercheurs qui interviendront dans cette formation sont affiliés à des Laboratoires de recherche (en l'occurrence l'IRG -Institut de Recherche en Gestion-EA 2453 pour ceux en poste à l'UPE), et sont amenés à alimenter leurs enseignements des résultats de leurs travaux et projets de recherche en lien avec la thématique du numérique. Les étudiants pourront participer à l'implémentation de ces projets et être associés à leur réalisation dans le cadre de leur mémoire de recherche appliquée

Statistiques

Information complémentaire: Si vous souhaitez en savoir plus sur cette formation et avoir accès à nos statistiques (sélectivité, satisfaction, réussite, insertion professionnelle), merci de remplir le formulaire en cliquant sur le lien suivant: [Accès aux statistiques](#)

Organisation de la formation

La formation à temps plein permet aux étudiants, sous condition, de réaliser une année de césure entre le Master 1 et le Master 2, et d'effectuer un stage long et/ou un semestre à l'étranger, ce qui constitue un atout important pour leur insertion professionnelle. Les étudiants bénéficient des offres de stage du Career Center de l'IAE, ainsi que de partenariats spécifiques développés avec certaines entreprises (dispositif Atout Jeunes Universités avec les groupes Danone, L'Oréal, Groupe ADP, Air France, Unilever, Ubisoft, Bel, Kering, Céline, Airbus) et avec les acteurs clés du digital (Numberly notamment). La moitié des intervenants au sein de la formation occupant des postes élevés en entreprise comme en agence digitale, les étudiants ont un accès direct privilégié aux offres de stages

Stage / Alternance

Master 1 : stage obligatoire de 4 à 5 mois
Master 2 : stage obligatoire de 6 mois

Contrôle des connaissances

L'acquisition des connaissances et compétences est évaluée pour chaque UE par un contrôle continu et régulier (épreuves qui peuvent être écrites, orales ou pratiques). La réalisation d'un projet et la rédaction d'un mémoire de recherche seront également demandées, chacun donnant lieu à une soutenance.

Calendrier pédagogique

Calendrier et rythme du Master 1 :

- **En formation à temps plein** (440 heures) : Les enseignements se déroulent de mi-septembre à fin mars, puis les étudiants effectuent un stage de 4 à 5 mois.

Calendrier et rythme du Master 2 :

- **En formation à temps plein** (406 heures) : Les enseignements se déroulent de début septembre à fin décembre, puis les étudiants effectuent un stage de 6 mois à partir de début janvier.

Candidature

Candidature en première année de Master : Candidature du 22 mars au 18 avril 2023 via le Portail MonMaster : [lien vers la formation](#)

Toutes les informations sur les candidatures [ici](#)

Candidature en deuxième année de master : Ouverture de la plateforme E-candidat site de l'UPEC le 02 mars 2023

Session principale de sélection des dossiers : **04 avril 2023**

Entretiens : **25 et 26 avril 2023**

Session complémentaire de sélection des dossiers (sous réserve de places disponibles à l'issue de la session principale) : 30 mai 2023
Un score TOEIC (ou équivalent) de **minimum 750** est demandé à l'entrée en M2.

Toutes les informations sur les candidatures [ici](#)

Partenariats

Responsables pédagogiques

Master 1 : Armelle Glérant-Glikson, Maitre de conférences

Master 2 : Abdelmajid Amine et Pauline de Pechpeyrou, Professeurs des universités

Scolarité

Master 1: m1-marketing-fi@u-pec.fr

Master 2: m2-md@u-pec.fr

Plus d'informations

Etudes et handicap

L'UPEC propose aux usagers en situation de handicap un accompagnement spécifique pour leur permettre d'étudier dans les meilleures conditions (aménagement d'études et des examens,

accès aux locaux et équipements spécifiques). Plus d'informations en suivant ce lien.