

Master Marketing dans un monde digitalisé

Métiers/missions

- Responsable marketing, responsable de la communication digitale...
- Responsable des ventes, Manager d'une équipe commerciale
- Chef de projet, chef de produit, chef de marque
- Directeur d'un centre de profit, responsable de magasin,
- Acheteur, responsable des achats
- Chargé d'affaires, commercial Grands comptes
- Chargé de communication, chargé de marketing
- Community manager, chef de produit web, chargé d'études media

Programme

M1

- Management commercial
- Communication commerciale - Anglais commercial
- Principes des études de marché
- Gestion de la relation client (GRC) / Customer Relationship Management (CRM)
- Stratégie commerciale
- Marketing dans un univers digital (approfondissement)
- Les méthodes de recherche en marketing et projet managérial
- Test d'anglais niveau B1 cadre européen
- Expérience professionnelle M1 Marketing

M2

- Comportement du consommateur
- Marketing stratégique
- Retail : intégration physique et digitale
- E business - Logistique
- Impact des données sur le marketing et la vente
- Marketing en contexte B to B

Entreprises

- Toute entreprise dotée d'une fonction commerciale et/ou marketing (en indépendant, franchise, concession, agences, free-lance.../ B to B ou B to C)
- Dans tout type de secteurs, toute activité, tout produit

Conditions d'admission

- Être titulaire d'un diplôme de niveau baccalauréat+3
- Sur consultation du dossier
- Entretien de motivation avec une commission d'orientation, dont le responsable du diplôme.

Les examens

L'obtention du diplôme nécessite

- la validation de toutes les unités d'enseignement
- la rédaction d'un projet managérial (M1) et un mémoire de fin d'études (M2).
- A l'issue de la formation, l'élève devra justifier d'une expérience professionnelle, à temps plein, de deux ans dans la spécialité et de niveau master.

Alternance :

contrat d'apprentissage ou de professionnalisation

- Durée : 2 ans
- Rythme d'alternance : 2 à 3 semaines en entreprise + 1 semaine en centre de formation
- Centre de formation :
M1 Pôle sup' Baudimont Arras
M2 Pôle sup' Baudimont Arras
- Nombre de participants : 10 à 15 maximum

Compétences à acquérir :

- Aptitude au management et à la direction d'entreprise
- Expertise stratégique marketing et sa définition
- Expertise stratégique commerciale et sa définition
- La gestion et le management des actions marketing et / ou commerciales.

avec un double objectif :

Objectif marketing et commercial,

préparant les étudiants à :

- Définir et mettre en œuvre les actions nécessaires à la vente de produits et services : études marketing, conception de produits, tarification, communication, distribution, en se situant dans la stratégie de l'entreprise.
- Négocier, vendre et établir des relations durables avec des segments de clients rentables,
- Définir et développer des systèmes d'information pour piloter les actions précédentes.

Objectif managérial, permettant de :

- Organiser, piloter les actions commerciales et marketing,
- Guider, accompagner et animer une équipe, conformément à la politique commerciale de l'entreprise
- Comprendre et mettre en œuvre l'ensemble de principes et outils utiles aux managers commerciaux pour mettre en œuvre un management efficace.

