



Master 2 E-Marketing et stratégie digitale

Parcours de la mention Management

PERSONNES CONCERNÉES ET PRÉ-REQUIS

Les cadres ou assimilés en activité (Projet de transition professionnelle, CPF, Plan de développement des compétences ou à titre personnel) ou en recherche d'emploi :

- > Titulaires d'un Bac+4 ou M1
- > Titulaires d'un diplôme de niveau inférieur et justifiant d'une expérience professionnelle réussie, sous condition d'acceptation par la commission pédagogique de la Validation des Acquis Professionnels et Personnels (dossier téléchargeable : <http://www.em-strasbourg.eu>)

La formation vise à compléter les compétences des fonctions plus traditionnelles du marketing par des compétences en e-marketing. Elle est conçue pour valider, actualiser ou développer ses connaissances en e-marketing tant d'un point de vue opérationnel que stratégique.

MODALITÉS D'ADMISSION

Les candidatures se font par le biais de l'interface E-Candidat : ecandidat.unistra.fr
L'admission s'effectue en 2 étapes : 1) Présélection sur dossier (vérification des pré-requis et de l'adéquation du cursus universitaire). 2) Sélection sur entretien individuel (adéquation et cohérence du projet professionnel).

PRÉSENTATION ET POINTS FORTS

Les technologies numériques telles que le big data, les médias sociaux, le cloud computing, l'analytique ou encore les technologies mobiles jouent un rôle stratégique dans les environnements d'affaires et dans les fonctions marketing plus précisément. La transformation digitale représente une problématique importante pour les organisations qui réfléchissent à l'évolution de leurs activités, processus et modèles d'affaires en lien avec le potentiel qu'offrent les technologies actuelles. Ce Master vise à la compréhension des nouveaux usages liés à ces technologies et à leur intégration sur les plans opérationnel et stratégique.

Point forts :

- Mixité des publics d'apprenants (formation continue et/ou alternance) : mutualisation de bonnes pratiques d'apprentissage, échanges enrichissants
- Maîtrise et mise en application de connaissances et compétences professionnelles transversales

COMPÉTENCES À L'ISSUE DE LA FORMATION

- > Intégrer les démarches technologiques dans la stratégie marketing
- > Maîtriser les outils et méthodologies du webmarketing
- > Gérer et organiser les systèmes d'information dans l'entreprise afin de mettre en œuvre la transformation digitale
- > Analyser les impacts des systèmes d'information sur le management et la stratégie
- > Développer un esprit critique et d'analyse sur les enjeux du numérique

PROGRAMME

UE 1 Marketing de la donnée : Business Intelligence ; Data Marketing

UE 2 Management des technologies : Digitalisation des organisations : enjeux stratégiques et managériaux ; Droit de l'économie numérique ; Sécurité des systèmes d'information

UE 3 Communication digitale : Publicité digitale ; Community management et médias sociaux

UE4 Enjeux économiques et sociaux en Europe : Management interculturel ; Enjeux économiques et sociaux en Europe ; Visite institution européenne ; Anglais des affaires

UE 5 E-business et commerce connecté : Traffic management ; Gestion d'un projet web / mobile ; Technologies du web

UE 6 Web marketing et gestion de la relation client : Customer Relationship Management ; Comportement du consommateur en ligne ; Projet collectif ; Tendances digitales internationales

UE 7 Professionnalisation - Mission en entreprise - Méthodologie mémoire : Méthodologie - initiation à la recherche ; Retour d'expérience et co-formation ; Certification RSO ; Projet et accompagnement professionnel ; Mémoire et soutenance

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cours, conférences, séminaires, études de cas et projet entreprise.

Organisation de l'enseignement à distance (en cas de confinement lié à la crise sanitaire avec le maintien du calendrier et les cours réalisés en distanciel) :

- Réalisation de travaux (quizz, rendu...) à partir de ressources numériques, d'audiocours, de travail collaboratif, selon un planning de travail défini (transmis au minimum 15 jours avant la date de réalisation)
- Participation à des enseignements en classe virtuelle : cours en direct avec micro et webcam, organisés à des dates et heures précises pour favoriser les échanges et le tutorat à distance
- Réalisation des épreuves d'évaluation en conformité avec le règlement des examens de la formation

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

Les modalités d'évaluation des connaissances et compétences figurent sur le site de l'Université de Strasbourg.

ORGANISATION - DÉROULEMENT

Les cours se déroulent à raison de 3 jours en moyenne tous les quinze jours (mercredi à vendredi). Entre les sessions de formation, les salariés réintègrent leur poste habituel ; le stage en entreprise et la mission en entreprise sont obligatoires respectivement pour les demandeurs d'emploi et les stagiaires en contrat de professionnalisation. Ces derniers réintègrent l'entreprise à temps plein fin juin.

RESPONSABLE SCIENTIFIQUE

Jessie PALLUD, Professeure des Universités, EM Strasbourg.

DIPLÔME D'ETAT

Durée : 400h de cours + 600h de stage minimum

En 2022/23

Référence : LKA22-0525A
du 07 septembre 2022
au 30 septembre 2023

Tarif

6000 €

Lieu

Ecole de Management
Strasbourg
61 Avenue de la Forêt Noire
67085 Strasbourg Cedex

Renseignements et inscriptions

Boris BLERIoT (Master EMKT)

Tél : 03 68 85 86 81
m2.e-marketing@em-strasbourg.eu

Nature et sanction de la formation

Cette formation constitue une action d'adaptation et de développement des compétences. Elle permet l'obtention d'un diplôme inscrit au RNCP (code 35917) sous réserve de satisfaire aux modalités d'évaluation des connaissances et des compétences qui sont portées à la connaissance des stagiaires. La formation donne également lieu à la délivrance d'une attestation de participation. Une évaluation en fin de formation permet de mesurer la satisfaction des stagiaires ainsi que l'atteinte des objectifs de formation (connaissances, compétences, adhésion, confiance) selon les niveaux 1 et 2 du modèle d'évaluation de l'efficacité des formations Kirkpatrick.