En collaboration avec

Formation Continue
Université de Strasbourg

Master 2 E-Marketing et stratégie digitale

Parcours de la mention Management

EM Strasbourg BUSINESS SCHOOL

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 diplôme 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 en mars-avril sur 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 et analyse des données/La data au service du marketing : Business Intelligence ; Data Marketing ; Numérique responsable
UE 2 : Digitalisation des organisations : Transformation digitale : enjeux stratégiques et managériaux ; Droit de l'économique numérique ; Technologies émergentes
UE 3 : Référencement et publicité digitale : Publicité digitale et référencement payant (SEA) ; Référencement naturel (SEO) ; Publicité sur les médias sociaux (sociaux ads)
UE 4 : Marketing dans les environnements digitaux : Social média management ; Design Thinking ; Comportement du consommateur en ligne ; Marketing d'influence
UE 5 : Gestion de projets digitaux : Compétence clé leadership : négociations et gestion de conflits ; Technologies du web ; Gestion de projet
UE 6 CLUE : Anglais des affaires ; Management interculturel ; Enjeux économiques et sociaux en Europe ; Activité au Parlement Européen
UE 7 : Professionnalisation - Mission en entreprise - Méthodologie mémoire : Méthodologie - initiation à la recherche ; Tutorat et/ou co-formation ; Mémoire de fin d'études et soutenance orale ; Certification responsabilité sociale des organisations (RSO) ; Projet et accompagnement professionnel

MÉTHODES ET RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

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

CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

Vous trouverez les modalités de contrôle des connaissances ainsi que des informations complémentaires en suivant ce lien : https://formations.unistra.fr/fr/index.html

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'emplois et les stagiaires en contrat de professionnalisation. Ces derniers réintègrent l'entreprise à temps plein fin juin.

RESPONSABLE SCIENTIFIQUE

Mme Jessie PALLUD, Professeure des Universités, EM Strasbourg.

DIPLÔME D'ETAT

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

En 2026/27
Référence : BLE26-0525A
du 02 septembre 2026
au 31 août 2027
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 42364)*** *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.*