



Mention Marketing et Vente

Parcours M2

**MARKETING
OPERATIONNEL ET DIGITAL
(MOD)**

Parcours « Marketing Opérationnel et Digital » (MOD)

Semestre 3 – 2017-2018

UE	Intitulés	Nombre d'heures	ECTS	Coeff	Modalités examen
UE 1	Marketing Management	42	6	6	
	Branding et gestion de marque	21	3	3	CFE
	Innovation marketing	21	3	3	CC
UE 2	Marketing digital	42	6	6	
	Stratégie marketing digital et mix marketing	21	3	3	CC
	Webanalytics	21	3	3	CFE
UE 3	Création publicitaire	42	6	6	
	Création et fabrication publicitaire	21	3	3	CC
	PAO	21	3	3	CC
UE 4	Animation et communication internes	32	6	6	
	Animation du réseau commercial	16	3	3	CC
	Communication interne	16	3	3	CFE
UE 5	Outils d'insertion professionnelle (1)	46	6	6	
	Business english 1	21	3	3	CC
	Séminaires métiers et préparation au recrutement	25	3	3	CFE
		204	30	30	

Parcours « Marketing Opérationnel et Digital » (M.O.D.)

Semestre 4 – 2017-2018

UE 6	Communication digitale	42	6	6	
	Médias digitaux	21	3	3	CC
	Création et ergonomie de site web	21	3	3	CC
UE 7	Marketing direct et e-commerce	49	6	6	
	Marketing direct et fidélisation	28	3	3	CC
	E-commerce et CRM	21	3	3	CC
UE 8	Séminaires spécifiques	49	3	3	CC
	Marketing agroalimentaire, participatif, pharmaceutique, de la santé, sportif, cinématographique, panels, relation presse, plan médias....	35	3	3	CC
	International week	14			
UE 9	Outils d'insertion professionnelle (2)	42	6	6	
	Business english 2	21	3	3	CC
	Droit du marketing et du commerce on mine	21	3	3	CFE
UE 10	Applications professionnelles	14	9	9	
	Projet / Contrat ou alternance ou mémoire	14	4	4	R
	Stage en entreprise ou alternance		5	5	RS
		196	30	30	
		400	60		

CC : contrôle continu CFE : contrôle final écrit R : rapport RS : rapport et soutenance

Début de la formation : 20 septembre **Fin de la formation : fin septembre** (après soutenances de stage)

Calendrier des cours 2017-2018

03/2017					10/2017					11/2017					12/2017					01/2018					02/2018					03/2018					04/2018					05/2018					06/2018					07/2018					08/2018					09/2018																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
m sp					m sp					m sp					m sp					m sp					m sp					m sp					m sp					m sp					m sp					m sp					m sp					m sp																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
1	Ven		Dim		Mer	Tous.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		

152 journée de soutenance dans la période de l'entreprise

Intitulé de la formation : Parcours « Marketing Opérationnel et Digital » (M.O.D.)

Composante : IAE Auvergne – Ecole Universitaire de Management (EUM)

1. PRESENTATION

INTITULE DU CHAMP	INFORMATIONS
RESPONSABLE	MARTIN VERDIER Elisabeth – MCU IAE Auvergne – Ecole Universitaire de Management (EUM) 11 boulevard Charles de Gaulle 63000 Clermont-Ferrand Mail : elisabeth.martin-verdier@uca.fr
CONTACTS ADMINISTRATIFS	- FORMATION INITIALE : Amandine GAUME - 04 73 17 77 24 - amandine.gaume@udamail.fr Sylviane.BOROT – 04 73 17 77 26 – sylviane.borot@udamail.fr - FORMATION CONTINUE : Morgane BOURDASSOL - 04 73 17 77 67 - morgane.bourdassol@udamail.fr
OBJECTIFS DE LA FORMATION	Le master 2 parcours Marketing Opérationnel & Digital a pour objectif de former des responsables marketing spécialisés en marketing opérationnel et digital. Il permet d’approfondir les compétences en marketing opérationnel et digital en intégrant les derniers développements des technologies numériques, en ligne, et des médias sociaux. Il vise les métiers de la fonction marketing, de la communication commerciale, de la relation client, du e-commerce. Il permet aussi aux étudiants qui en ont la capacité et la volonté de s’inscrire dans une démarche de spécialisation par la recherche.
ORGANISATION DE LA FORMATION	Le master 2 parcours Marketing Opérationnel et Digital est une formation en un an composée de deux semestres. La formation est organisée sur un régime d’alternance : 15 jours en entreprise/15 jours en formation à l’EUM. Cf. calendrier de la formation ci-dessus. Les cours ont lieu du 20 septembre au 16 mars 2017. Les soutenances de stage et de contrat de professionnalisation ont lieu en septembre. Dans le cadre de la semestrialisation des cours, les évaluations des étudiants relève d’un contrôle continu ou d’un contrôle final écrit. Les modalités retenues (travaux individuels ou de groupe, écrits, oraux) sont communiquées avant chaque cours aux étudiants et dépendent de la matière et des intervenants, universitaires et professionnels.
LIEN POUR LES ECHANGES INTERNATIONAUX	Le Service des Relations Internationales aident les étudiants dans leur recherche de stage à l’étranger et les accompagnent dans les modalités administratives (traduction, rédaction des conventions...)
CONDITIONS DE CANDIDATURE	☐ score SIM ☐ CLES ☐ TOEIC
PRE-REQUIS	Des prérequis dans les domaines du marketing, de la stratégie, des outils informatiques et de l’anglais (niveau B1) sont nécessaires.

2. COMPETENCES, METIERS, POURSUITES D'ETUDES

INTITULE DU CHAMP	INFORMATIONS
COMPETENCES ET CONNAISSANCES ACQUISES	Compétences en fin de cursus des diplômés du M2 parcours Marketing Opérationnel et Digital: - Concevoir, piloter et réaliser des actions de marketing opérationnel et digital, de communication et/ou de vente. - Maîtriser les démarches et outils opérationnels pour concevoir, conduire, animer et évaluer des projets marketing. - Mettre en place et analyser des campagnes marketing. - Définir des actions marketing spécifiques, les mettre en œuvre et savoir contrôler leur efficacité. - Maîtriser les techniques de Marketing direct et les outils marketing 2.0 (questionnaire e-mailing ; blogs, CRM). - Elaborer et piloter un plan d'actions marketing ou un plan de communication commerciale. - Elaborer une stratégie de webmarketing. - Déterminer les actions de marketing digital. - Connaître les techniques de communication interne et externe. - Connaître les différents médias, leurs spécificités et complémentarités. - Concevoir des outils et supports marketing et publicitaires. - Traiter des dossiers en groupes de projet de façon professionnelle.
ENTREPRISES & SECTEURS D'ACTIVITES	Compte tenu des besoins des organisations, tant privées que publiques, en matière de marketing opérationnel et digital, tous les secteurs d'activité sont concernés (industrie, services, BTP, secteur social ...) en France et à l'international quelle que soit la taille des entreprises (Startups, Pme-PMI, ETI et grands groupes).
LES METIERS VISES	Le Master 2 parcours Marketing Opérationnel et digital permet d'occuper des postes à responsabilité dans les domaines privés ou publics. Chef de produit, chef de projet marketing, chargé de communication marketing, responsable de la communication interne et/ou externe, responsable marketing direct, responsable E-Commerce, responsable du marketing opérationnel, responsable marketing on line, responsable marketing, directeur marketing.
POURSUITE D'ETUDES	☐ M1 ☐ M2 (précisez les parcours possibles au sortir du M1) ☒ Doctorat
INSERTION PROFESSIONNELLE	L'enquête insertion des diplômés est disponible sur le site l'Université Clermont Auvergne (UCA) http://www.uca.fr/formation-/insertion-professionnelle/devenir-des-diplomes/

3. STAGE ET ALTERNANCE

INTITULE DU CHAMP	INFORMATIONS
STAGE	L'étudiant a la possibilité de choisir d'effectuer: • soit un stage alterné au même rythme que les étudiants en contrat de professionnalisation.

	soit un stage long de fin d'étude, d'une durée de 3 à 10 mois en France ou à l'étranger à partir du 19 mars 2017.
OUVERT EN ALTERNANCE	☒ Oui ☐ Non
PERIODE D'ALTERNANCE	Cf. Calendrier ci-dessus
TYPE DE CONTRAT	☐ Contrat d'apprentissage ☒ Contrat de professionnalisation

4. COMMUNICATION

INTITULE DU CHAMP	INFORMATIONS
CONDITIONS D'ACCES, CANDIDATURE	Le parcours Marketing Opérationnel et digital (M.O.D.) est ouvert au titre de la formation initiale, de la formation par alternance et de la formation professionnelle continue. L'admission en formation initiale est réservée aux étudiants ayant validé une 1^{ère} année d'un Master tertiaire (Marketing, Management, etc.), une 3^{ème} année d'école de commerce ou une 3^{ème} année d'école d'ingénieur. Les cadres d'entreprises (en activité ou en recherche d'emploi) ne disposant pas des titres requis pourront se porter candidats au titre de la procédure de Validation des Acquis Professionnels ou de la validation des Acquis de l'Expérience (VAP / VAE).
LES + DE LA FORMATION (ce qui vous différencie)	Le Master 2 parcours Marketing Opérationnel et Digital est délivré dans le cadre de l'Ecole Universitaire de Management (EUM), par l'IAE Auvergne, membre du réseau des 32 Instituts d'Administration des Entreprises (IAE) existant en France. Il est labellisé Qualicert. Une professionnalisation forte de la formation : L'immersion professionnelle revêt trois formes, parmi lesquelles l'étudiant doit choisir : • le contrat de professionnalisation • le stage alterné • le stage de fin d'étude. Avec un contrat de professionnalisation, l'étudiant acquiert une qualification professionnelle et son insertion est favorisée. L'étudiant qui choisit le stage alterné effectue son stage au même rythme que les étudiants en contrat de professionnalisation. Le stage long de fin d'étude, d'une durée de 3 à 6 mois, peut s'effectuer en France ou à l'étranger dès le 19 mars 2017. Pour être validé, il doit être accepté par le responsable de la formation. La rédaction d'un rapport de stage est exigée et donne lieu à une soutenance devant un jury. L'objectif du stage est de mettre en pratique les connaissances des étudiants, et de permettre l'intégration rapide dans la vie professionnelle. Exemples de missions confiées aux étudiants : Chargé de communication interne / Assistant Responsable partenariat / Assistant marketing digital / Assistant Chef de produit / Chargé d'études. L'étudiant qui opte pour un stage long de fin d'études devra durant l'année réaliser un projet/ contrat d'étude pour une entreprise ou une organisation. Les contrats de professionnalisation, les stages alternés ou les stages de fin d'études sont proposés par les entreprises et les établissements partenaires de la formation (par exemple : SNCF, EDF, Michelin, Orange, SEB,...).

Ouverture en alternance selon une périodicité de 15 jours de cours / 15 jours de pratique. Ces 15 jours de pratique peuvent être réalisés :

- soit en entreprise sous forme de **contrat de professionnalisation** ou de **stage alterné** avec la formation. Les étudiants qui choisissent cette option sont dispensés du stage en entreprise.
- soit en réalisant **un projet/ contrat d'études pour une entreprises ou une organisation**. Les étudiants qui choisissent cette option doivent effectuer un stage de fin d'études d'une durée de 3 à 6 mois.

Une pédagogie variée et innovante:
 Les étudiants bénéficient de méthodes pédagogiques variées : espace numérique de travail, approches collaboratives, création d'évènements (International week).
 Ils disposent de logiciels professionnels : Photoshop, Illustrator, In Design, Sphinx, SPSS.

Une ouverture à l'internationale :
 Des enseignements en anglais (19% des cours).
 L'anglais des affaires est assuré par un enseignant dont l'anglais est la langue maternelle. Le cours utilise, entre autres, des sources multimédia (podcasts audio et vidéo, études de cas de Harvard Business Review, etc.). Une préparation spécifique au Test of English in International Communication.

Une préparation active à l'insertion professionnelle
 Divers séminaires sont proposés aux étudiants afin de leur présenter les différents métiers marketing ainsi qu'une préparation aux entretiens de recrutement.

Des séminaires spécifiques : sur des tendances fortes du marketing et de la communication et sur des focus particuliers : marketing agroalimentaire, participatif, pharmaceutique, sportif, de la santé, cinématographique, panels, relation presse, plan médias....

Intégration de la recherche dans l'enseignement : la poursuite d'études doctorale est proposée, via la qualification complémentaire « recherche » de l'EUM.