

MARKETING DIGITAL

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Cette formation vise à pourvoir les participants de compétences dans le domaine du marketing digital et de la communication, et à les aider à se hisser vers des responsabilités dans les directions Marketing et du management des organisations.

Le programme est conçu de manière à permettre une compréhension rapide des comportements et des technologies digitales en permettant à l'étudiant d'acquérir des compétences approfondies en marketing/commerce, en management d'entreprise et en gestion.

Le caractère professionnel de la formation a pour vocation d'enrichir et de développer les compétences des étudiants en leur apportant des bases pratiques, qui vont enrichir leurs expériences professionnelles.

COMPETENCES A ACQUERIR

Savoir décliner la stratégie e-marketing et multicanal de son entreprise et assurer le suivi opérationnel des projets

- Développer des aptitudes professionnelles d'analyse et de synthèse afin d'interpréter les différents aspects du plan marketing
- Etre capable de mener un diagnostic
- Prendre des décisions qui relèvent de la stratégie marketing
- Gérer les aspects qui relèvent du marketing opérationnel : produit, prix, distribution et communication
- Etre capable d'utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication au service du Marketing.
- Gérer la vente des produits

COMPETENCES A ACQUERIR

La filière Marketing digital prépare les étudiants aux métiers suivants :

- Cadres de haut niveau spécialisés en études de marché ;
- Responsable en marketing stratégique,
- Responsable de la gestion de la force de vente
- Métiers de conseil en marketing et vente ;
- Responsable de la stratégie digitale
- Responsable marketing opérationnel
- Responsable marketing relationnel et CRM (Customer Relationship Management)



FORMATION

SEMESTRE 7	MARKETING SECTORIEL	MARKETING DE SERVICE MARKETING INDUSTRIEL MARKETING TERRITORIAL
	OUTILS DE DÉCISION ET DE DÉVELOPPEMENT	SIMULATION DE GESTION I RECHERCHE OPERATIONNELLE
	LANGUES ET COMMUNICATION 6	METHODOLOGIE ET COMMUNICATION 2 ANGLAIS DES AFFAIRES III ESPAGNOL
	DROIT NUMERIQUE	DROIT ET INTERNET MANAGEMENT INTERCULTUREL
SEMESTRE 8	MARKETING ET E_REPUTATION	E_REPUTATION RÉFÉRENCIEMENT ET RÉSEAUX SOCIAUX
	DÉVELOPPEMENT PERSONNEL ET PROFESSIONNEL 3	METHODOLOGIE DE RECHERCHE STAGE D'APPROFONDISSEMENT
	COMMUNITY MANAGEMENT	COMMUNITY MANAGEMENT COMMUNICATION DIGITALE
	RESEAUX SOCIAUX	LES RESAUX SOCIAUX ENTREPRENEURIAT DIGITAL
SEMESTRE 9	INGÉNIERIE MARKETING	AUDIT MARKETING CRM (GESTION DE LA RELATION CLIENT)
	E-COMMERCE ET NEGOCIATION COMMERCIALE	NÉGOCIATION COMMERCIALE E-COMMERCE
	LOGICIELS DE GESTION	L'ENTREPRISE 4.0 PROGICIELS DE GESTION INTEGREE
	STRATEGIE NUMERIQUE	L'ENTREPRISE 4.0 GEO- STRATEGIE/ GEO- POLITIQUE
S10	STAGE DE FIN D'ETUDE	

