



Management des Systèmes d'Information

Master 1 et 2 e-Marketing (eM)

Formation Initiale | Formation Continue | Apprentissage | Contrat Pro



Présentation et objectifs

Ce Master propose une double compétence permettant de lier expertise en technologies de l'information et marketing. Venant de cursus à fort contenu informatique et/ou avec une culture TIC, les étudiants apprennent les enjeux et l'utilisation de ces technologies au service du marketing.

Dans une logique de double compétence, le titulaire d'un Master e-Marketing aura l'expertise nécessaire afin de :

- Gérer la relation Client (CRM, fidélisation),
- Conseiller et expertiser (modèles économiques e-Business, stratégie TIC),
- Concevoir et faire évoluer des plateformes e-commerce et Marketplace,
- Savoir agir sur les marchés B to B et B to C en tant qu'expert des TIC,
- Avoir une expertise dans la gestion de projets multimédias,
- Gérer des campagnes de communication digitale (display, SEO, SEM, SMO, affiliation, e-Mailing, comparateurs).



Conditions d'admission et profil des étudiants

Le Master est organisé en deux ans et en quatre semestres de S1 à S4. Le premier semestre du M1 est un tronc commun. La spécialisation se fait au second semestre. « Le diplôme est ouvert en alternance par contrat d'apprentissage ou de professionnalisation. A défaut, l'intégration professionnelle se concrétise par une mission et un stage permettant d'associer connaissance théorique et résolution d'un problème pratique. »

Dossier en ligne sur le site de l'IAE : <https://iae.umontpellier.fr> + Entretien

Accès en M1

Étudiants de profils scientifiques et techniques ou de profils gestionnaires avec une compétence en TI, détenteurs de 180 ECTS, correspondant à trois années d'études supérieures (Bac+ 3, Licence). Le Master e-Marketing est réalisable par la voie de l'apprentissage.

Accès en M2

Étudiants détenteurs d'un Master 1 (bac+4), pro I informatique (écoles d'ingénieurs, Universités...), Profil gestionnaire avec une compétence en TI (Universités, ESC...).



Contacts

Formation Continue	iae-formationcontinue@umontpellier.fr
CFA	cfa-ensuplr@umontpellier.fr
Pôle pédagogique de l'IAE	iae-commission-M1-EM-MPW@umontpellier.fr
	iae-commission-M2-EM@umontpellier.fr
 Twitter	@M2emarketing

Taux d'insertion
professionnelle
à l'issue du stage M2

67%



Carrières et métiers

- Community Manager
- Traffic Manager, Référencier Web
- Chef de projet Marketing Online, Application TI
- Consultant en e-Marketing et en e-CRM
- Chargé d'acquisition client online
- Media Trader
- Social Media Manager
- Responsable Communication Digitale
- Chef de produit Web



Programme des enseignements

Master 1 - Semestre 1		30 ECTS
UE1	Organisation et économie	5 ECTS 36 h
UE2	Système d'information comptable	5 ECTS 36 h
UE3	Marketing	5 ECTS 36 h
UE4	Informatique de gestion	5 ECTS 36 h
UE5	Finance	5 ECTS 36 h
UE6	Management des ressources humaines	5 ECTS 36 h

Master 1 - Semestre 2		30 ECTS
UE1	Traitement de l'information	5 ECTS 36 h
UE2	Stratégie et intelligence	5 ECTS 36 h
UE3	Marketing opérationnel	5 ECTS 36 h
UE4	Stratégie marketing digital	5 ECTS 36 h
UE5	Fiscalité et méthodologie	5 ECTS 36 h
UE6	Stage	5 ECTS

Master 2 - Semestre 3		30 ECTS
UE1	Gestion de la relation client	5 ECTS 36 h
UE2	Projet E-Marketing et Multimédia (Plateformes, Appli, e-commerce)	5 ECTS 36 h
UE3	Data et Connaissance clients	5 ECTS 36 h
UE4	Big Data et Data Marketing	5 ECTS 36 h
UE5	Culture des TIC	5 ECTS 36 h
UE6	Stratégie Marketing digitale	5 ECTS 36 h

Master 2 - Semestre 4		30 ECTS
UE1	Séminaire d'intégration professionnelle	5 ECTS 36 h
UE2	Projet	5 ECTS 18 h
UE3	Stage	20 ECTS

(+) Formation : Certification Google AdWords (Formation dispensée par la société JVWEB) M1 et M2	18h
--	-----



Poursuite d'étude

L'étudiant a la possibilité de poursuivre ses études par un doctorat en Sciences de Gestion.



Stages et contrats d'alternance

Stages

- CCM Benchmark, Chef de projet webmarketing
- CLUB MED, Gestion plateforme e-CRM
- GO VOYAGES, Gestion des campagnes d'affiliation
- MILLEMERCI, Gestion de campagnes e-mailing
- Peugeot Citroën Automobiles, Chargé de projet digital espace client
- SFR, Gestion du Pôle e-CRM
- JVWEB, Assistant webmarketing
- PAGES JAUNES, Community manager
- NELIS, Community Management B to B
- IDATE, Community management, digiworld summit
- SARENZA, Chargé d'acquisition client

Contrats d'alternance

- ORANGE
- SNCF
- 1001Pharmacies
- KALIOP
- CREAVEA
- Vu du Web
- CALLIMEDIA
- NATURALLIANCE
- PRIVATE SPORT SHOP
- NOSIBAY
- LA POSTE

