

Management des Systèmes d'Information

Master 1 & 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 : www.iae.univ-montp2.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), profil informatique (Écoles d'ingénieurs, Universités...), profil gestionnaire avec une compétence en TI (Universités, ESC...).

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

67%

Contacts

CFA

cfa@ensuplr.fr

Pôle pédagogique de l'IAE

iae-commission-M1-EM-MPW@umontpellier.fr

iae-commission-M2-EM@umontpellier.fr



Twitter : [@M2emarketing](https://twitter.com/M2emarketing)

Carrières et métiers

- Community Manager
- Traffic Manager, Référenceur 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

UE0	Google certification	18 h
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 et aide à la décision	5 ECTS - 36 h
UE2	Stratégie & Intelligence	5 ECTS - 36 h
UE3	Marketing opérationnel	5 ECTS - 36 h
UE4	Outil Web Marketing (SEO - SMO) / Communication vente	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 & Multimédia	5 ECTS - 48 h
UE3	Analyses et actions commerciales	5 ECTS - 36 h
UE4	Droit des TI et Big Data	5 ECTS - 36 h
UE5	Introduction e-Marketing SI / Stratégie TI	5 ECTS - 36 h
UE6	e-Marketing et e-Business	5 ECTS - 36 h

Master 2 - Semestre 4

30 ECTS

UE1	Séminaire d'intégration professionnelle : DIGIWORLD WEEK et Gestion de Projet	5 ECTS - 36 h
UE2	Missions et méthodologie de la recherche	5 ECTS - 36 h
UE3	Stage en entreprise	20 ECTS

(+) Formation : Certification Google AdWords (Formation dispensée par la société JWWEB) M1 et M2

18 h



Poursuite d'études

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
- MILLEMERCIS, Gestion de campagnes e-mailing
- Peugeot Citroën Automobiles, Chargé de projet digital espace client
- SFR, Gestion du Pôle e-CRM
- JWWEB, 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

V / 08.01.2018

