



# Master 1 - E-Marketing



ECTS  
60 crédits

Durée  
1 an



Structure de  
formation  
Institut  
d'Administration  
des Entreprises  
(IAE)

## Présentation

Ce Master propose une double compétence permettant de lier expertise en innovations numériques et marketing. Venant de cursus à fort contenu informatique et/ou avec une appétence pour le secteur du digital, les étudiants apprennent les enjeux et l'utilisation de ces innovations technologiques au service du marketing et de la relation client.

## Objectifs

Dans une logique de double compétence, le titulaire d'un Master e-Marketing aura l'expertise nécessaire pour : Gérer la relation Client (e-CRM, e-fidélisation), Conseiller et expertiser (mode les économiques e-Business, stratégie omnicanal, Parcours client), 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.

Avoir une expertise dans la gestion de projets digitaux, et Gérer des campagnes de communication digitale (Community management, display, SEO, SEA, affiliation, e-Mailing, comparateurs)

*Mots clés : SEO, SEA, Community Management, e-CRM, expérience et parcours client, challenge digital, IA, Big Data.*

## Savoir faire et compétences

Ce positionnement original offre une approche transversale de toutes les matières et met tout particulièrement l'accent sur les soft skills qui sont au fondement de la pédagogie du Master EM : travail en équipe, autonomie, résolution de problème, communication, pensée critique. Les cours et activités privilégient la pédagogie active et expérientielle. Les synergies entre les parcours de la mention sont très fortes et permettent une large mutualisation des cours et un rapprochement entre les étudiants des parcours. En particulier, le programme Disrupt Campus Montpellier, dispositif pédagogique innovant d'accompagnement de la transformation digitale des entreprises (<https://digitalstudentchallenge.umontpellier.fr>), est intégré aux 4 parcours de la Mention.

## Admission

### Conditions d'accès

Recrutements sur dossier et sur entretien.

Le recrutement privilégié est en double compétence, c'est-à-dire que le Master privilégie les étudiants non issus de filières tertiaires en Gestion (ex. recrutement en filières scientifiques ou technologiques, ingénieurs, informatique, graphisme, sport, droit, économie, psychologie, etc).

Le recrutement met l'accent sur le projet professionnel de l'étudiant. La motivation pour les innovations numériques et son expérience antérieure dans le domaine du web sont des



éléments essentiels d'appréciation. Ce parcours est proposé en apprentissage, en contrat de professionnalisation, en formation continue et en formation initiale. Le rythme de cours est le même pour tous les étudiants, les périodes de cours alternent avec les périodes en entreprise.

La poursuite en Doctorat est également possible dans le cadre du double diplôme avec le master Recherche et Etude en Management (REM).

## Et après

### Insertion professionnelle

- \* 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

## Infos pratiques

### Contacts

#### Contact administratif

Pascale Lenoir

✉ pascale.lenoir@umontpellier.fr

#### Responsable pédagogique

Anne-sophie Cases

☎ +33 4 67 14 38 74

✉ anne-sophie.cases@umontpellier.fr

### Lieu(x)

📍 Montpellier - Triolet



# Programme

## Organisation

M1 - Semestre impair			M1 - Semestre pair		
		30 ECTS			30 ECTS
UE1	BUSINESS GAME	5 ECTS 33 h	UE1	DIGITAL STUDENT CHALLENGE	5 ECTS 36 h
UE2	STRATÉGIE MARKETING & INNOVATION	5 ECTS 36 h	UE2	IA & BIG DATA	5 ECTS 36 h
UE3	ANALYSE FINANCIÈRE	5 ECTS 36 h	UE3	MARKETING DIGITAL APPROFONDI	5 ECTS 36 h
UE4	PROJECT MANAGEMENT & BUSINESS INTELLIGENCE	5 ECTS 36 h	UE4	MÉTHODOLOGIE MARKETING	5 ECTS 36 h
UE5	MARKETING DIGITAL	5 ECTS 36 h	UE5	STAGE	10 ECTS
UE6	ENGLISH LEARNING	5 ECTS 36 h			

M2 - Semestre impair			M2 - Semestre pair		
		30 ECTS			30 ECTS
UE1	PILOTAGE DE LA TRANSFORMATION DIGITALE	5 ECTS 36 h	UE1	DESIGN ET PROTOTYPAGE	5 ECTS 36 h
UE2	DROIT	5 ECTS 50 h	UE2	PROJET E-MARKETING	5 ECTS 36 h
UE3	CHALLENGE DIGITAL	5 ECTS 36 h	UE3	SÉMINAIRE PROFESSIONNEL	5 ECTS 36 h
UE4	PERFORMANCE DES CANAUX DIGITAUX	5 ECTS 36 h	UE4	STAGE / MÉMOIRE PRO	15 ECTS
UE5	MÉDIAS DIGITAUX ET DISTRIBUTION	5 ECTS 36 h			
UE6	MANGEMENT DE LA RELATION CLIENT À L'ÈRE DIGITALE	5 ECTS 36 h			

M1S7

M1S8