

Marketing et TIC

www.univ-angers.fr/droit

Master 2 (bac+5)

Objectif de la formation

L'objectif est de former des spécialistes du marketing et de la gestion de la relation client capables de recourir aux Technologies de l'Information et de la Communication.

Les étudiants seront en mesure de collecter, exploiter et analyser les données commerciales afin de concevoir et de conduire des actions marketing personnalisées et interactives et d'entretenir la relation entre l'entreprise et ses clients.

Les activités professionnelles visées sont les suivantes :

- Manipulation et analyse de données quantitatives et qualitatives (analyses factorielles, régressions, segmentations, datamining et textmining) ;
- Mettre en place et conduire une étude marketing ;
- Fournir des outils d'aide à la décision (élaboration de tableaux de bord) ;
- Animer une équipe ;
- Gérer, organiser et coordonner la communication de l'entreprise à travers les différents canaux de communication (marketing direct, internet...) ;
- Mettre en œuvre des actions de communication dans le domaine d'internet et du marketing direct ;
- Rédiger un cahier des charges ;
- Gérer un projet ;
- Conduire et accompagner le changement dans l'entreprise.

La formation est proposée en formation initiale et en alternance dans le cadre de contrat de professionnalisation.

Contenu de la formation

SEMESTRE 1

UE MTIC-31 : Outils décisionnels

Datawarehouse & data marts
Analyse de données marketing et datamining
Text mining
Études en ligne
Géomarketing

UE MTIC-32 : Conduite de projet et accompagnement du changement

Gestion de projet SI
Gestion des appels d'offre et conduite du changement dans les projets d'évolution SI
Mener un projet d'études marketing
Anglais

UE MTIC-33 : Relation client et création de valeur

Marketing direct et emailing
Droit des nouvelles technologies
Micro marketing
Communication



SEMESTRE 2

UE MTIC-41 : Stratégie de la marque et relation client

Éthique de la relation client

Marketing expérientiel

Fidélisation

Stratégie de la marque et distribution

Technologies émergentes et marketing

UE MTIC-42 : Gestion des interactions client

E-marketing

Techniques d'acquisition en ligne

Marketing et téléphonie mobile

UE MTIC-43 : Applications professionnelles

Projet professionnel de 4 mois en groupe pour le compte d'une entreprise

Heures conférences

Techniques de recherche d'emploi

Stage

Les étudiants inscrits dans le cadre d'un contrat de professionnalisation alternent des périodes en entreprise et des périodes à l'université selon un calendrier disponible auprès du secrétariat.

Insertion Professionnelle

Assistant chef de projet, responsable études marketing, responsable clientèle, chef de produit junior, gestionnaire de contenu, responsable du référencement, community manager, consultant CRM...

Conditions d'accès

Ce Master est accessible après le Master 1 Management (parcours marketing) de l'Université d'Angers ou bien après un Master 1 d'une autre université.

Formation initiale :

Les candidats doivent être titulaires d'un niveau Master et avoir bénéficié d'un enseignement de base en sciences de gestion et en particulier en marketing. A défaut, ils devront justifier d'une expérience significative en entreprise. D'autres candidatures issues de Master 1 présentant un cursus original ou un parcours de qualité, peuvent être examinées.

Formation en alternance sous contrat de professionnalisation :

Les étudiants bénéficient d'un emploi du temps aménagé leur permettant d'être en alternance dans l'entreprise (calendrier disponible auprès du secrétariat).

Responsables de formation

Gaëlle PANTIN-SOHIER | gaelle.pantin-sohier@univ-angers.fr

Maître de conférences en gestion

Bruno DAUCÉ | bruno.dauce@univ-angers.fr

Maître de conférences en gestion

Renseignements

Pôle Master

Pauline HUSSON | pauline.husson@univ-angers.fr

Tél. : 02 41 96 21 77

Bureau 111