

MASTER 2 Mention "Marketing Vente" - Parcours Marketing Digital - en alternance

Responsable : Bruno Daucé
Année universitaire : 2022-2028

Semestre 3

Éléments constitutifs de l'U.E.	Heures		Formation en alternance			ECTS	Coef.	Evaluation Session 1		Evaluation Session 2		Mutualisation
	CM	TD	Face à face pédagogique	Travail en autonomie encadrée*	Total			Etudiant assidu	Dispensé assiduité	Etudiant assidu	Dispensé assiduité	
UE3-1 Fondamentaux techniques	44	44	88	18	106	11	10					
Programmation : Python		20	20		20	2		VAL / NON VAL (présentiel)		VAL / NON VAL (présentiel)		
Datavisualisation	4	12	16	6	22	2	2	CC		Report CC		
Webanalytics	12		12	6	18	3	2	CC		Report CC		
Analyses de données marketing	12	12	24		24	2	4	EX (écrit 2h)		EX (écrit 2h)		M2 CPR
Référencement naturel avancé	16		16	6	22	2	2	CC		Report CC		
UE3-2 Gestion de projet	32	12	44	6	50	7	6					
Gestion de projet	8	12	20	6	26	3	2	CC		Report CC		M2 CPR
Conduite du changement	12		12		12	1		VAL / NON VAL (présentiel)		VAL / NON VAL (présentiel)		M2 CPR
Mener un projet d'étude marketing	12		12		12	3	4	EX (écrit 2h)		EX (écrit 2h)		M2 CPR
UE3-3 Stratégie de marque et communication digitale	32	40	72	12	84	12	12					
Management de marque et storytelling	16		16		16	3	4	EX (écrit 2h)		EX (écrit 2h)		M2 CPR
Suite Adobe		20	20	6	26	3	2	CC		Report CC		
Anglais		20	20	6	26	3	2	CC		Report CC		
Stratégie de communication digitale	16		16		16	3	4	EX (écrit 2h)		EX (écrit 2h)		
Total Semestre 3	108	96	204	36	240	30	28					

Semestre 4

UE4-1 Design et management d'expériences	38	39	77	6	83	6	6					
Management de l'expérience client	16	8	24		24	3	4	EX (écrit 2h)		EX (écrit 2h)		M2 CPR
Design sprint	6	31	37		37	1		VAL / NON VAL (présentiel)		VAL / NON VAL (présentiel)		
UX Design	16		16	6	22	2	2	CC		Report CC		M2 CPR
UE4-2 Stratégies multicanales	64	0	64	12	76	10	12					
Stratégie phytale	16		16		16	3	4	CT (oral 30 min)		CT (oral 30 min)		M2 CPR
Marketing direct et emailing	16		16	6	22	2	2	CC		Report CC		
Techniques d'acquisition en ligne	16		16	6	22	2	2	CC		Report CC		
Droit du Marketing Digital	16		16		16	3	4	EX (écrit 2h)		EX (écrit 2h)		
UE4-3 Marketing digital et développement durable	32	35	67	6	73	6	2					
Engagement Etudiant			0		0	1		VAL / NON VAL		VAL / NON VAL		
Transition écologique et numérique responsable	16		16		16	1		VAL / NON VAL (présentiel)		VAL / NON VAL (dossier)		
Regroupements et mobilité (learning expedition)		35	35		35	1		VAL / NON VAL (présentiel)		VAL / NON VAL (dossier)		
IA et Marketing Digital	16		16	6	22	3	2	CC		Report CC		
UE4-4 Professionnalisation	26	12	38	48	86	8	7					
Alternance		12	12	18	30	7	7	Mémoire + soutenance		Mémoire + soutenance		
Conférences Professionnelles	20		20		20			Non évalué		Non évalué		M2 CPR
Préparation et restitution learning			0	24	24			Non évalué		Non évalué		
Préparation à la Certification Voltaire			0	6	6	1		VAL / NON VAL		VAL / NON VAL		
Rentrée solennelle IAE et rentrée alternance	6		6		6			Non évalué		Non évalué		
Total Semestre 4	160	86	246	72	318	30	27					
Total Master 2	268	182	450	108	558	60	55					

Conditions d'évaluations de l'année : 10/20 de moyenne générale sur l'année + score 600 minimum + Alternance : validation 10/20 obligatoire