

MASTER

MARKETING DIGITAL

Marketing



I. Philosophie de l'École :

L'UIK École de Management Digital s'appuie sur la pédagogie de la classe inversée placant ainsi l'étudiant au cœur de l'enseignement. Les cours sont dispensés sous forme de séminaires basés sur la discussion active et la forte implication des étudiants. Parce qu'il paraît essentiel, aujourd'hui, que les parcours soient davantage orientés vers la pratique, nous avons intégré dès le début du cursus des classes de projets intégrés, des classes hybrides enseignées conjointement par des académiciens et des professionnels ainsi que des préparations aux certifications professionnelles.

L'amélioration continue et l'innovation pédagogique sont au centre de nos préoccupations. Dans cette optique, nous avons procédé à certains changements au sein de nos parcours. Plusieurs axes ont été entrepris.

Le premier axe : la méthodologie et la communication

Un module de méthodologie sera dispensé à l'ensemble des étudiants, et ce, à partir de la première année. L'objectif est d'exercer ces derniers à la rédaction, et développer leur esprit critique à travers l'analyse et la synthèse.

L'apprentissage par argumentation développe les compétences du raisonnement scientifique des étudiants pour les conduire à tenir un raisonnement logique, à travailler en groupe et à valider – ou réfuter – une affirmation.

Dans le même sens, la communication sera une de nos priorités et fera l'objet d'une matière semestrielle à compter de la première année.

Le second axe : la professionnalisation

Ce n'est pas vainement que nous prônons l'employabilité comme objectif ultime dans notre formation. Notre enseignement, contenu et forme, œuvrent pour que l'étudiant soit « opérationnel », c'est-à-dire qu'il puisse aussi bien répondre aux exigences croissantes du milieu professionnel et impacter de sa créativité son environnement et ce, dès l'obtention de son diplôme.

Il paraît essentiel, aujourd'hui, que les parcours soient davantage orientés vers la pratique et en accord avec les exigences du milieu professionnel. Pour ce faire, un projet intégré sera associé au cursus de l'étudiant dès la première année et regroupera l'ensemble des matières enseignées durant le semestre. En second lieu, des préparations aux certifications ainsi que des séminaires métiers, selon les spécialités seront assurées chaque semestre.

Le troisième axe : les modes d'évaluation

Les méthodes d'évaluation, compte tenu de tous ces paramètres, sont également vouées à évoluer. L'idée est que l'étudiant devienne acteur au sein de la classe par l'adoption de la pédagogie par argumentation en début de séance. Ce type de pédagogie pousse les étudiants à énoncer des concepts du cours (idéalement annonçant la thématique du jour) en fournissant la preuve de leur véracité par des auteurs clés de la discipline ; et ; invitent leurs camarades à discuter de cette preuve. La responsabilisation de l'étudiant, par le biais de la méthode de « la classe inversée » et du système prédominant du contrôle continu, rendent la présence de

l'étudiant indispensable car il sera acteur au sein de la classe et mesurera l'importance de chaque séance. L'enseignement est dynamique et la synergie de groupe est la condition *sine qua non* pour la garantie de l'apprentissage.

Loin d'être la personne directive et qui assiste pas à pas, de manière rapprochée, l'étudiant, l'enseignant campe plutôt le rôle de « coach » qui stimule, accompagne, encourage et suit ses étudiants en faisant appel, au besoin, pourquoi pas, au tutorat entre eux. Le rôle de l'enseignant est de susciter une discussion constructive en poussant les unes et les autres à poser des questions, reformuler de manière argumentée... Lorsque ces derniers débattent de façon scientifique, ils apprennent à attendre leur tour, à écouter activement et à répondre de façon constructive

II. Présentation du programme :

Le présent est au digital, on ne parle plus du futur mais c'est l'ère du digital. Le digital a changé tous nos comportements et les entreprises se sont rendu compte que pour être plus proches de sa cible, les outils digitaux sont le meilleur moyen d'y parvenir et le futur promoteur a bien saisi qu'à travers les médias sociaux et l'outil internet il pourrait lancer sa propre entreprise en s'adressant à une cible internationale en abolissant les frontières géographiques.

La transformation digitale est un impératif pour les entreprises soucieuses d'améliorer leur qualité de service en ligne et de préserver leur e-réputation. Ce mastère professionnel en Marketing digital a pour objet de répondre aux exigences des entreprises plus orientées vers les nouvelles tendances digitales et aux spécificités requises par les nouvelles start-up qui prolifèrent de plus en plus dans le monde numérique. Le programme proposé a, ainsi, pour vocation de permettre aux étudiants de comprendre les enjeux du monde digital en pointant l'importance des médias sociaux et du web en général dans le milieu professionnel.

III. Perspectives professionnelles du parcours

L'objectif de ce master en Marketing digital est de permettre aux étudiants de développer et d'approfondir leurs connaissances digitales, et par là de réussir à court terme à occuper des postes au sein des entreprises, agences de conseils en marketing ou de communication et enfin au sein des agences digitales, tels que :

Le community manager, le chef de projet digital, le content strategist, le social media manager, le digital marketing manager...

Ce master offre aussi l'opportunité aux étudiants de lancer leur propre projet en utilisant les outils digitaux.

IV. Conditions d'accès à la formation :

Les diplômés titulaires d'une L3 fondamentale ou appliquée en sciences de gestion (en marketing, management...), en informatique ou toute formation jugée équivalente. Ce master est aussi destiné aux professionnels en exercice souhaitant compléter leur formation ou se spécialiser dans le domaine digital. De plus, ce master peut accepter des diplômés issus de formations diverses qui portent de l'intérêt à l'aspect digital.

V. Descriptif des stages et des activités pratiques de fin d'études

Le stage constitue une mise en situation professionnelle qui permet aux étudiants de parfaire leur apprentissage et d'acquérir des compétences professionnelles en vue d'une insertion rapide dans la vie professionnelle. Cette première expérience favorise leur insertion professionnelle, dans la mesure où les stages sont souvent accompagnés d'une embauche sous forme de CDD ou de CDI, dans l'entreprise d'accueil.

Période : durant le quatrième semestre (S4).

Durée du stage : 3 mois.

Activité de remplacement : projets de fin d'études portant sur différentes applications (business plan d'une création digitale, optimisation d'une stratégie digitale...).

Encadrement : L'étudiant sera encadré par un enseignant universitaire et un tuteur professionnel dans l'institution d'accueil.

Le stage devra être soldé par un rapport de stage. Au terme de la période de stage, le rapport devra être validé par l'encadrant universitaire et l'encadrant professionnel, il sera par la suite soutenu publiquement et apprécié par une note.

VI. Matières par semestre :

SEMESTRE 1 :

- Nouvelles tendances en marketing syllabus
- Marketing électronique
- Nouvelles tendances de consommation et comportement du cyber consommateur
- Techniques quantitatives en marketing
- Business English I
- Droit d'internet et sécurité électronique
- Introduction aux bases de données web
- Initiation au développement web
- Développement personnel
- Marketing de l'innovation
- Séminaire métiers I

SEMESTRE 2 :

- Community Management
- Stratégie E-Business
- Communication marketing intégrée
- E-CRM
- Techniques qualitatives en marketing
- Business English II
- Web Mastering I
- Référencement des sites web : Préparation à la certification
- Design digital
- Création publicitaire sur internet
- Initiation au langage python : Préparation à la certification
- Projet 360° I
- Séminaire métiers II

SEMESTRE 3 :

- Marketing viral et buzz marketing
- Marketing mobile
- Veille et SIM
- Virtualisation et cloud computing
- Web mastering II
- Système interactif d'aide à la décision
- Méthodologie du mémoire
- Project Management: Préparation à la certification
- Techniques de communication
- Team building
- SCRUM MASTER : Préparation à la certification
- Projet 360° II
- Séminaire métiers III

SEMESTRE 4 :

Mémoire de Stage de fin d'études