



Master Marketing, vente parcours Marketing et technologies digitales

0000

L'Université Paris-Panthéon-Assas ouvre un parcours au sein de la mention Marketing, vente orientée autour des technologies et systèmes d'information pour les pratiques du marketing et de la communication en partenariat avec l'[Efrei](#), École d'Ingénieurs Généraliste du Numérique. Il s'agit de permettre l'insertion professionnelle des diplômés et l'acquisition des compétences exigées par les changements économiques et les mutations technologiques dans le secteur du marketing et de la communication. L'objectif est de former des experts de la technologie numérique au service des pratiques du marketing et de la communication.

Pour atteindre ces finalités, la formation s'appuie sur une conception novatrice de la professionnalisation des études universitaires réalisée suivant deux modalités :

1. > L'obtention de compétences larges, favorisant les polyvalences, l'autonomie intellectuelle et les capacités d'analyse à partir d'enseignements théoriques et méthodologiques dispensés par des enseignants-chercheurs de l'Université Paris-Panthéon-Assas et de l'Efrei ;
2. > La maîtrise de techniques professionnelles, confrontant les étudiants à des missions qu'ils devront assumer plus tard dans des contextes évolutifs, à partir d'enseignements opérationnels dispensés par des universitaires et des professionnels et dans le cadre d'un apprentissage pendant toute la durée de la formation et de projets permettant l'acquisition d'un véritable savoir-faire.

Directrice du Master MTD en apprentissage

[Virginie PEZ](#)

Coordinatrice du programme Master MTD en apprentissage

[Jeanne DELAS](#)

Université Paris-Panthéon Assas

[Centre Guy-de-la-Brosse](#)

1 rue Guy de la Brosse

75005 Paris

Tél : 01 44 41 56 44

Formation commune



Rythme d'alternance

En 1re année et 2e année :

- > 2 jours à l'université ou à l'Efrei
- > 3 jours en entreprise et à plein temps à partir de fin juin

Master Marketing, vente

Marketing et technologies digitales/Efrei



[Efrei](#)

[Gestion](#)

[Mme Virginie PEZ](#)

[Masters en Gestion](#)

[Centre Guy-de-la-Brosse / Maison des Sciences de Gestion](#)

[Master](#)

2 ans

[En apprentissage](#)

L'objectif de cette formation est d'apporter un enseignement de haut niveau, spécialisé en marketing et communication, avec une connotation forte autour du digital et des technologies qui sous-tendent les pratiques.

Ce master permet d'acquérir une double compétence en marketing digital et technologies numériques pour profiter du secteur très attractif des métiers du digital.

[Bac +3](#)

Le master est accessible en 1re année pour les étudiants titulaires d'une L3 en sciences de gestion, sciences économiques, droit privé, ou de diplômes des grandes écoles de commerce, d'ingénieur ou d'IEP.

Le master est également ouvert aux titulaires de L3 d'autres disciplines, et qui souhaiteraient une formation complémentaire à celle déjà acquise en sciences humaines, notamment en sociologie, psychologie, histoire, lettres, philosophie. Il est aussi accessible aux étudiants avec des formations scientifiques de type diplômes d'écoles d'ingénieur, de médecine ou de pharmacie.

L'autorisation d'inscription est accordée par le président de l'université, sur proposition du responsable de la formation, après examen du dossier déposé par l'étudiant.

Critères généraux d'examen des candidatures

Les critères d'examen des candidatures sont relatifs à l'excellence du dossier académique, à la pertinence des expériences professionnelles antérieures, aux motivations et à la personnalité du candidat, ainsi qu'à la cohérence du projet professionnel vis-à-vis du positionnement du Master.

Modalités d'examen des candidatures

Le processus de sélection est en 2 étapes : admissibilité sur dossier (1re étape), admission après entretien le cas échéant (2e étape).

[Voir Capacités d'accueil et modalités d'accès](#)

1re année

Module 0 - (6h)

- > Séminaire d'intégration

Module 1 - Fondamentaux de la gestion (*Advanced*) - Université Paris-Panthéon-Assas/ 12 [ECTS](#) - (96h)

- > Action managériale / Théories des organisations
- > Fondamentaux de la logistique
- > Contrôle de gestion et finance d'entreprise
- > Marketing B-to-B

Module 2 - Fondamentaux du marketing dans un environnement digital (*Advanced*) - Université Paris-Panthéon-Assas/ 12 [ECTS](#) - (96h)

- > Fondamentaux du marketing
- > Sociologie et culture de la consommation



- > Études marketing
- > Stratégies clients

Module 3 - Fondamentaux des technologies du numérique (Advanced) - Efrei / 12 ECTS - (96h)

- > Écosystème du digital
- > Panorama nouvelles technologies
- > *Data mining*
- > *Web analytics*

Module 4 - Cadrage et pilotage d'un projet digital (Advanced) - Efrei / 12 ECTS - (96h)

- > *E-business*
- > Management de projet
- > Cahier des charges
- > *Data visualisation*

Module 5 - Tool kit - Université Paris-Panthéon-Assas & Efrei / 12 ECTS - (94h)

- > Droit des affaires numériques
- > Anglais
- > Initiation à la recherche
- > *Learning XP*

Total année : 484 heures

2e année

Module 0 - (6h)

- > Séminaire d'intégration

Module 1 - Prise de décision dans un environnement digital (Expert) - Université Paris-Panthéon-Assas/ 12 ECTS - (72h)

- > Économie du secteur de la communication
- > Stratégie médias
- > Économie de l'IA

Module 2 - Marketing dans un environnement digital (Expert) - Université Paris-Panthéon-Assas/ 12 ECTS - (96h)

- > Marketing digital
- > Relation clients digitale
- > Communication responsable
- > *Blockchain* et Marketing

Module 3 - Technologies du numérique (Expert) - Efrei / 12 ECTS - (72h)

- > Développement informatique = *coding*
- > Développement informatique = *no code*
- > Cybersécurité

Module 4 - Cadrage et pilotage d'un projet digital (Expert) - Efrei/ 12 ECTS - (96h)

- > *Social média, social shopping et social ads*
- > SEO/SEA
- > UX et UI *design*



> PAO

Module 5 - Tool kit - Université Paris-Panthéon-Assas & Efrei / 12 ECTS - (94h)

- > *Learning experience*
- > *Masters class* et visites d'entreprises
- > Méthodologie mémoire

Total année : 436 heures

En 2e année, les étudiants doivent rédiger un mémoire d'apprentissage

Ces activités professionnelles peuvent s'exercer dans les domaines de la communication publicitaire, promotionnelle ou *corporate* chez l'annonceur, en agences conseil en communication, en régies publicitaires ainsi que dans des sociétés d'études et de conseils en marketing.

Responsable marketing digital, chef de projet marketing digital, chefs de produit web/mobile, chef de projet *UX design*, responsable SEO-SEA, consultants en transformation digitale, *data strategist*, responsables social-media, *traffic managers*, ingénieurs affaires tech...