



MASTER-2-COMM

FORMATION MASTER 2 MARKETING MANAGEMENT

Le Master 2 Marketing Management est délivré par TSM – Toulouse School of Management.

ASFO Grand Sud est partenaire sur la partie apprentissage.

La formation se déroule dans les locaux de TSM, 2 rue du Doyen Gabriel Marty - 31042 Toulouse.

Formation en alternance (apprentissage et contrat de professionnalisation) et formation continue.

Objectifs

Vous cherchez à développer votre vision managériale et stratégique ? Vous souhaitez approfondir vos connaissances en marketing en tenant compte des évolutions constantes du marché ? Le parcours du Master 2 Marketing Management vise à former des managers marketing capables d'exercer dans tous les secteurs économiques (produits, services, Tech, BtoB, économie sociale et solidaire etc...). L'objectif de ce Master 2 Marketing est de donner une vision généraliste des enjeux du marketing en entreprise avec un accent mis sur la communication, le design graphique et la responsabilité sociétale des entreprises. A la fin de ce Master 2 Marketing en alternance grâce à leur formation théorique à l'Ecole et opérationnelle en entreprise seront à même d'exercer différents métiers du marketing. Cette formation permet d'apprendre à gérer des projets de manière rigoureuse, efficace et responsable. Il permet de s'adapter de manière agile à un environnement complexe et en perpétuel changement. Il permet également de maîtriser les outils et techniques liés aux design graphique, à la création de site web, au marketing des services, au marketing international, à l'innovation et aux études marketing etc. Le Master Marketing Management vise à former des marketing managers, communication managers, sales managers, project managers, key account managers, market studies managers, brand managers, social media manager etc.

Les atouts de la formation :

- Une formation complète qui associe enseignements théoriques et intervention de professionnels
- Des projets et exercices concrets pour faciliter la projection en entreprise de toute taille ou de tout secteur d'activité
- Une formation qui répond et s'adapte aux tendances du marché actuel
- L'acquisition d'une vision stratégique sur le plan marketing comme managérial

Public Visé

Taux de sélection : 77% / Age moyen : 23 / Nombre de nationalités : 3
/ Répartition H-F : 4% - 96%

Durée

442.00 Heures en présentiel en présentiel
63.14 Jours

Pré Requis

Niveau d'entrée : Bac +4 / Niveau de sortie : Bac +5

Candidats titulaires de 240 ECTS, niveau Bac +4 ou bénéficiaires d'une VAP (Validation des Acquis Professionnels)

Calendrier 2026-2027 :

- Ouverture des candidatures : 17 février 2026
- Fermeture des candidatures : 28 avril 2026
- Publication des résultats : 27 mai 2026

Candidatures / Documents à fournir :

- CV
- Lettre de motivation
- Relevés de notes du cursus post-baccalauréat
- D'autres pièces pourront vous être demandées en fonction de votre situation

Parcours pédagogique

MENTION : Marketing, Vente

CREDITS : 60 ECTS

RNCP : Code 35907 / **Certificateur** : Université Toulouse 1 Capitole - Arrêté du 15.07.2021 / **Consulter la fiche** :

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35907/>

CODE APPRENTISSAGE : 13531276

SEMESTRE 3 :

Bloc 1- S'appropriier les usages avancés et spécialisés des outils numériques

ECTS : 9.00 / HCM : 59.50

Version : MASTER2COMM-20260206

● ASFO Grand Sud

Siret : 834 204 273 00017
N° déclaration activité : 76310897031

● ASFO Grand Sud GP

Siret : 508 047 529 00039
N° déclaration activité : 73810082681

● CEFIRC

Siret : 433 785 946 00032
N° déclaration activité : 72640201664

● ASFO Grand Sud Pays Catalan

Siret : 939 696 886 00018
N° déclaration activité : 76660309966



- Social media management
- Blog et website management
- Stratégie de marketing digital

Bloc 2- Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

ECTS : 3.00 / HCM : 21.00

- Communication internationale
- Marketing sensoriel et neuromarketing

Bloc 3- Elaborer une vision stratégique en Marketing-Vente

ECTS : 9.00 / HCM : 59.50

- Stratégie de marque
- Servuction et Management des services
- Marketing B to B
- Marketing et négociation

Bloc 4- Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente

ECTS : 8.00 / HCM : 63.00

- Stratégie de communication
- Stratégie Retail
- Tendances de communication

Bloc 5- Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion en Marketing-Vente

ECTS : 9.00 / HCM : 56.00

- Web analytics
- Data et marketing
- Études marketing

Bloc 6- Mettre en œuvre des règles, des normes et des démarches qualité en Marketing-Vente

ECTS : 4.00 / HCM : 28.00

- Marketing durable
- Nudge et trends marketing

Bloc 7- Développer une culture managériale et organisationnelle

ECTS : 2.00 / HCM : 42.00

- Développement personnel
- Network management
- Conférences thématiques

Bloc 8- Concevoir des documents de communication

ECTS : 6.00 / HCM : 63.00

- Relations médias
- Design graphique
- Méthodes de créativité en marketing
- Communication de crise

SEMESTRE 4 :

Bloc 9- Contribuer à la transformation en contexte professionnel

ECTS : 10.00 / HCM : 7.00 / HTD : 35.00

- Méthodologie et réalisation mémoire
- Pilotage de projet

Objectifs pédagogiques

Analyser des données

Gérer des projets à forte valeur ajoutée

Manager des équipes

Mettre en œuvre les outils marketing permettant de maximiser la bonne réussite d'un projet

Communiquer aux différentes parties prenantes et dans différentes langues

Réfléchir aux actions futures à mener

Version : MASTER2COMM-20260206

● ASFO Grand Sud

Siret : 834 204 273 00017
N° déclaration activité : 76310897031

● ASFO Grand Sud GP

Siret : 508 047 529 00039
N° déclaration activité : 73810082681

● CEFIRC

Siret : 433 785 946 00032
N° déclaration activité : 72640201664

● ASFO Grand Sud Pays Catalan

Siret : 939 696 886 00018
N° déclaration activité : 76660309966



Appliquer et respecter des règles et des normes du secteur d'activités concerné
Construire des projets de manière responsable
Développer une attitude professionnelle dans la gestion des projets
Développer une vision stratégique de la communication
Analyser des connaissances dans un nouveau contexte
Contrôler tous les aspects de la communication marketing et interpersonnelle

Méthodes et moyens pédagogiques

- **Régime d'études :**

Formation en alternance (contrat apprentissage / contrat de professionnalisation), Formation continue, Eligible VAE

- **Langue d'enseignement :**

Français

- **Type de formation :**

Hybride (présentiel - distanciel)

- **Modalités pédagogiques :**

Pour une formation en présentiel, au-delà de l'approche classique du cours magistral articulé avec ses travaux dirigés, l'étudiant peut se voir proposer des mises en situations, des études de cas pratiques, constituant autant d'opportunités d'apprentissage. Ces enseignements sont dispensés dans des salles de cours dédiées et équipées ; l'apprenant a également un accès libre aux diverses ressources universitaires : salles

Qualification Intervenant(e)(s)

L'équipe pédagogique pluridisciplinaire associe des enseignants-chercheurs universitaires et des professionnels du terrain.

Méthodes et modalités d'évaluation

Consulter les modalités de contrôle de connaissances et de compétences :

<https://tsm-education.fr/sites/default/files/2023-04/mccc-tsm-m2-parcours-marketing-management-fp.pdf>

Taux de réussite aux examens : 100% (2024-2025)

Modalités d'Accessibilité

Accès PMR