



FORMATION MASTER 2 MARKETING DIGITAL

MAWEB_APP

Le parcours de Master Marketing digital est proposé dans le cadre d'un partenariat entre TSM et l'ASFO Grand Sud. La formation est dispensée dans les locaux de l'ASFO Grand Sud à Ramonville Saint Agne (31). Depuis des années, l'ASFO Grand Sud place l'Humain au coeur de ses préoccupations et fait en sorte de proposer un cadre de travail fonctionnel et agréable pour tous. Le centre de formation met en place des méthodologies innovantes pour proposer un service toujours de qualité.
Formation en alternance (apprentissage et contrat de professionnalisation) et formation continue.

Objectifs

Vous souhaitez vous initier aux métiers de demain ? Vous recherchez un parcours complet pour vous apporter des compétences managériales permettant de vous orienter et construire progressivement un projet professionnel dans le domaine du marketing digital ? Le parcours Marketing digital de TSM apporte aux futurs diplômés une expertise en termes d'expérience utilisateur sur le web, acquisition de trafic, stratégie big data ou gestion et animation des réseaux sociaux. Cette formation permet de mieux comprendre le comportement des consommateurs, acheteurs et influenceurs sur internet grâce aux différentes techniques opérationnelles et aux outils du web marketing. A la fin du master, les étudiants seront capables de concevoir et développer une stratégie de marketing digital innovante dans un contexte d'entreprise avec un environnement en perpétuel changement. Réalisé en formation continue ou en alternance, le parcours préparera efficacement aux métiers de responsable marketing et communication, chef de projet digital, social media manager ou consultant web dans les entreprises, les agences et les cabinets de conseil.

Les atouts de la formation :

- Une double compétence marketing et digital pour une spécialisation recherchée dans une évolution de poste
- Une formation complète qui permet aux étudiants de définir concrètement leur profil professionnel et ainsi choisir leurs futures prises de fonctions en entreprise
- L'acquisition d'une expertise technique avec la prise en main d'outils et de logiciels techniques utilisés en marketing digital

Public Visé

Taux de sélection : 80% / Age moyen : 24 / Nombre de nationalités : 2
/ Répartition H-F : 19% - 81%

Durée

407.00 Heures en présentiel en présentiel
58 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

Version : MAWEBAPP-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



ECTS : 3.00 / HCM : 20.00

- Création de site web, blog, CMS
- Webdesign et création graphique
- Usages et outils NoCode et IA en Marketing Digital
- Gestion de projet web et méthodes agiles

Bloc 2- Communiquer en contexte professionnel

ECTS : 7.00 / HCM : 45.50

- Workshops thématiques
- Challenge Marketing Digital

Bloc 3- Elaborer une vision stratégique en Marketing-Vente

ECTS : 6.00 / HCM : 42.00

- Stratégie et leviers du Marketing Digital
- E-commerce et vente en ligne

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

ECTS : 5.00 / HCM : 42.00

- Data Extraction, structuration et analyse de contenus web
- Customer relationship management
- Growth hacking : leviers de croissance Marketing en start-up
- Stratégie d'Inbound Marketing et Hubspot

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

ECTS : 6.00 / HCM : 45.50

- Data Marketing et WebAnalyse
- Tracking, modèles d'attribution et Data visualisation
- Market Intelligence : Big data, veille et analyse de marché

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

ECTS : 4.00 / HCM : 31.50

- Ergonomie des sites Web (UI/UX)
- Règles et droit du Marketing Digital

Bloc 7- Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en Marketing-Vente

ECTS : 9.00 / HCM : 66.50

- Social media, community management et Influence Marketing
- Les bases du référencement naturel et payant (SEO/SEA)
- Social media ads

Bloc 8- Maitriser la communication digitale

ECTS : 7.00 / HCM : 52.50

- Techniques avancées de référencement naturel et payant (SEO/SEA)
- Content Marketing : copywriting et brand content
- Traffic management et media buying

SEMESTRE 4 :

Bloc 9 - Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

- Travaux individuels en autonomie
- Réalisation du mémoire

Objectifs pédagogiques

- Analyser des données
- Gérer des projets à forte valeur ajoutée
- Manager des équipes
- Mettre en oeuvre 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 : MAWEBAPP-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
- Concevoir une stratégie de marketing digital intégrant les évolutions du secteur
- Déployer et piloter un plan d'actions de marketing digital en maîtrisant le retour sur investissement des actions mises en oeuvre
- Concevoir une stratégie de marketing digital intégrant les évolutions du secteur
- Déployer et piloter un plan d'actions de marketing digital en maîtrisant le retour sur investissement des actions mises en oeuvre

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 informatiques ou service commun de la documentation.

Qualification Intervenant(e)s

TSM attache une grande importance à l'élaboration de parcours d'apprentissage personnalisés, en utilisant notamment des outils digitaux permettant à l'étudiant plusieurs temps d'apprentissage en autonomie.

En disposant d'une équipe dédiée à l'évolution pédagogique des enseignements, TSM s'attache à développer des approches pédagogiques motivantes, qui facilitent un apprentissage actif, participatif et par projet au sein de tous ses programmes. Ainsi, Toulouse School of Management accompagne des enseignants volontaires, souhaitant faire évoluer leurs cours vers un format combinant des activités pédagogiques interactives, synchrones et asynchrones.

Méthodes et modalités d'évaluation

Les enseignements de chaque bloc de compétences font l'objet d'une évaluation sous la forme d'un contrôle continu (CC) et/ou d'un contrôle terminal (CT). La note attribuée dans le cadre du CC et/ou du CT d'un bloc de compétences résulte d'une ou plusieurs épreuves pouvant être réalisées sous forme d'écrits, d'oraux, de projets ou de travaux de groupe. Au cours de l'année universitaire, chaque apprenant doit rédiger un mémoire professionnel portant sur une (ou des) mission(s) qui lui auront été confiées dans son organisation ou sur son projet de création d'entreprise et sur une problématique à définir et à valider par le tuteur universitaire ou le responsable pédagogique du diplôme. Ce mémoire professionnel est évalué ainsi que sa soutenance orale.

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

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

Modalités d'Accessibilité

Accès PMR



Version : MAWEBAPP-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