



MASTER

MARKETING DIGITAL

PRÉSENTATION DU PROGRAMME

La digitalisation modifie profondément les comportements d'achat et de consommation et offre de nouvelles perspectives de développement pour les entreprises.

Le master marketing digital intègre pleinement ces nouveaux besoins en compétences en formant de futurs managers aux méthodes et outils des stratégies digitales et du webmarketing.

Ce programme a pour objectif de former en deux ans aux métiers du marketing digital. Il permet aux futurs diplômés d'évoluer dans un domaine en pleine mutation, en leur proposant une formation qui permet à la fois de maîtriser les fondamentaux de la gestion, de comprendre les enjeux liés aux nouvelles technologies et au Big Data et d'acquérir des compétences dans le domaine des techniques du digital, tout en développant leurs aptitudes en matière de gestion des équipes et des projets.

Ce parcours est construit donc pour apporter les connaissances fondamentales, les compétences multidisciplinaires, l'esprit entrepreneurial et la rigueur nécessaires à une professionnalisation de haut niveau en marketing et plus spécifiquement en marketing digital.

Le master marketing digital est développé en partenariat pédagogique avec l'IAE Nice (Université Côte d'Azur), l'un des pôles français majeurs de recherche et de formation en management.



Le master marketing digital est sanctionné par un double diplôme



PÉDAGOGIE

Les effectifs réduits en Master 1 comme en Master 2 permettent une pédagogie active, un encadrement important des étudiants et un suivi régulier des acquis. La pédagogie allie enseignements théoriques, études de cas, simulations et conduite de projets. L'équipe pédagogique mobilisée par l'IAE Nice et MDI est constituée à la fois d'enseignants-chercheurs spécialistes de leur domaine et d'intervenants professionnels, pour permettre aux étudiants de travailler sur des études de cas réels.

COMPÉTENCES VISÉES

À l'issue de la formation, le diplômé est capable de :

- Collaborer à la conception et à la mise en oeuvre de la stratégie marketing, notamment dans le domaine du digital
- Etudier et analyser les comportements du e-consommateur
- Manager les réseaux sociaux
- Concevoir des business models sur Internet
- Gérer la relation client par les outils du digital (e-CRM, S-CRM)
- Concevoir et faire évoluer des plateformes e-business
- Gérer des campagnes de communication digitale

LES DÉBOUCHÉS

Responsable de la communication digitale / Responsable du marketing digital / Consultant Search Marketing / Chargé de SEO / Chargé de SEA / Mobile Web project Manager / Social Media / Manager / Chef de projet Internet / Digital Brand Manager / Community Manager

ADMISSION

En Master 1

- Titulaire d'une licence (180 ECTS) dans le domaine du management.
- Test d'aptitude à la gestion : Score IAE, TAGE MAGE ou EP.A.GE-MASTER
- Entretien

En Master 2

- L'admission directe en Master 2, pour les titulaires d'un Master 1 (Sciences économiques, écoles de commerce...), est possible sous réserve de places disponibles et d'un avis favorable du jury d'admission (dossier, entretien et évaluation du projet professionnel).

STRUCTURE DU PROGRAMME

Le programme est dispensé en deux années universitaires. Il utilise une **pédagogie qui valorise les mises en situation concrètes** : projets, études de cas, stage en milieu professionnel...

La première année du Master est consacrée à la consolidation des fondamentaux de la gestion et la maîtrise des fondamentaux du marketing, et permet d'effectuer un stage d'au moins trois mois en milieu professionnel.

La deuxième année du Master Marketing digital constitue une année de spécialisation, permettant d'approfondir et de compléter les acquis de la première année ; certains cours sont dispensés en anglais afin de familiariser les étudiants à l'utilisation de cette langue dans un contexte professionnel. Les étudiants effectueront un stage en milieu professionnel de six mois qui sera sanctionné par la préparation et la soutenance d'un mémoire.

| Première Année | |
|--|---|
| Semestre 1 | Semestre 2 |
| <ul style="list-style-type: none">• Les fondamentaux du marketing• Recherche marketing• S I & décision marketing• Communication marketing • Management stratégique 1• Ethique et gouvernance des entreprises• Techniques quantitatives de gestion • Environnement juridique et fiscal• International business• Business English | <ul style="list-style-type: none">• Comportement du consommateur et études qualitatives• CRM et gestion de la relation client• Analyse des données- SPSS• Développement des produits et des gammes • Management stratégique 2• Management des ressources humaines• Management des opérations • Simulation (jeu d'entreprise)• Business English • Stage en milieu professionnel• Rédaction et soutenance d'un projet professionnel |
| Deuxième Année | |
| Semestre 3 | Semestre 4 |
| <ul style="list-style-type: none">• Stratégie marketing, innovation & digitalisation• Outils marketing et numériques• Relation client et ciblage Web-marketing• Big-Data marketing, digital analytics et veille• Publicité à l'ère du digital • Droit du marketing & nouvelles technologies• Management de la marque & impacte du digital• Stratégie de distribution et e-commerce• Analyse qualitative en marketing • Marketing international• Marketing B to B à l'ère du digital• Business English • Simulation | <ul style="list-style-type: none">• Stage en milieu professionnel• Ateliers méthodologie, encadrement et suivi• Soutenance d'un mémoire professionnel |

STAGES ET PROJETS PROFESSIONNELS ENCADRÉS

Deux stages sont programmés durant ce parcours. Le premier d'une durée de trois mois est prévu en master 1. Il s'agit d'un stage de découverte des métiers du marketing digital à travers la réalisation d'une mission professionnelle. Le second stage, de six mois, est prévu en master 2. Il se concrétise par la rédaction d'un mémoire de fin d'études qui fait l'objet d'une soutenance à l'issue du stage, il constitue ainsi un véritable tremplin vers l'emploi.



MDI - Algiers Business School
Etablissement Privé de Formation Supérieure
Autorisation N°1023 du MESRS



Créé en 1996, MDI-Algiers Business School est le premier établissement privé d'enseignement supérieur de gestion en Algérie. Reconnu par l'état, MDI-Algiers Business School a obtenu son accréditation par arrêté du ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique,

Dès son lancement, MDI- Algiers Business School s'est fixée pour mission de préparer à l'exercice de fonctions managériales supérieures dans les entreprises. Fort de cette mission : MDI-Algiers Business School mobilise ses ressources pour apporter sa contribution :

- A la formation de jeunes à haut potentiel,
- Au développement de programmes novateurs préparant les futurs cadres et dirigeants à faire face aux enjeux et défis de la mondialisation,
- A la recherche appliquée dans les différentes disciplines du management.

A cet effet, MDI-Algiers Business School a mis en place un dispositif d'écoute actif de l'environnement lui permettant d'adapter ses programmes aux besoins du marché de travail.

La mise en place d'un système de management de la qualité conforme à la norme ISO 9001-2015 et sa certification par un organisme reconnu s'inscrit dans le cadre de cette volonté de répondre aux exigences de ses clients.

Au niveau de la coopération internationale, MDI-Algiers Business School poursuit une politique de partenariat avec les Business Schools internationales et Universités parmi les plus prestigieuses pour offrir des enseignements innovants dans les domaines du management et de la gestion du changement.

Rejoindre MDI-Algiers Business School ; c'est choisir l'excellence académique et la pertinence professionnelle.



MANAGEMENT DEVELOPMENT INTERNATIONAL INSTITUTE
MDI - BUSINESS SCHOOL
Etablissement Privé de Formation Supérieure
Autorisation N°1023 du MESRS

19, Boulevard Mohamed Boudiaf, Chéraga, 16002, Alger, Algérie
Tel : 021 34 21 32 | 021 34 21 42 | Fax : 021 34 21 41
e-mail : info@mdi-alger.com

www.mdi-alger.com