

MODALITÉS D'ADMISSION

- Être titulaire d'un diplôme bac+3 ou d'un titre jugé équivalent
 - Mérite académique
 - Projet professionnel
- Les candidats déclarés admissibles à l'issue de l'examen de leur dossier participent à un entretien.

Formation Initiale | Formation Continue

DÉBOUCHÉS

- Responsable marketing digital, e-business
- Responsable de la communication digitale
- Chef de produit web, mobile
- Social media manager
- Community manager
- Brand manager
- Responsable de la marque en ligne

ADOSSEMENT À LA RECHERCHE

Laboratoire Groupe de Recherche en Management (GRM)

Le Groupe de Recherche en Management (GRM) est le laboratoire entièrement dédié à la recherche en Management (Section 06 du CNU - Sciences de Gestion) de l'Université de Nice Sophia Antipolis (membre d'Université Côte d'Azur).



Université Félix Houphouët Boigny d'Abidjan
UFR des Sciences Economiques et de Gestion
BP V43 Abidjan



Contacts :

Mantiaba COULIBALY-BALLET, Responsable pédagogique

Sonia Angeline GBRATTO-DOBE, Coordonnatrice Locale

Véronika PETKOVA, Responsable relations internationales



iaenice.ufrseg@ufhb.edu.ci



<http://iae.univ-cotedazur.fr>



Cette formation est accessible en apprentissage

Master Marketing, Vente

Parcours

MARKETING DIGITAL



En partenariat avec UFHB depuis 2014

Master Marketing, Vente

PARCOURS

MARKETING DIGITAL

COMPÉTENCES CLÉS ACQUISES

Etudier et analyser les comportements du e-consommateur

Manager les réseaux sociaux et la e-réputation de la marque

Concevoir des business models sur Internet

Gérer la relation client par les outils du digital

Le + de la formation

Il s'agit de la seule formation universitaire en marketing digital proposée en Région PACA et dispensée à ABIDJAN en présentiel et en blended Learning



PRESENTATION

Ce parcours de la mention Marketing-vente a pour objectif de développer les compétences nécessaires aujourd'hui dans les affaires totalement connectées à internet et aux médias numériques et mobiles. Il est désormais indispensable d'élaborer une stratégie marketing en intégrant la vision du contenu de marque en ligne et en utilisant les potentialités du web et du mobile pour développer son marché. Les étudiants sont formés aux outils qui leur permettent d'être opérationnels dans la conception de stratégies de marketing digital dans les entreprises.

Cette formation créée en 1975 bénéficie d'une véritable reconnaissance sur le plan régional et le plan national. Elle s'appuie sur un solide réseau de partenaires socio-économiques et sur l'expertise de professionnels et intervenants qualifiés. Pour s'adapter à l'évolution des métiers connectés à Internet, aux réseaux sociaux et aux stratégies mobiles, ce parcours s'oriente désormais vers le digital.

Il s'inscrit dans un objectif de professionnalisation qui se concrétise par la réalisation de stages, une pédagogie orientée vers les connaissances les plus récentes qui vise à anticiper les évolutions très rapides de ces métiers, des projets professionnels concrets tels que la conception d'un site de e-commerce ou la réalisation d'une campagne de communication sur le net.

Programme

Semestre 1

300h

Stratégie marketing et digitalisation
Outils marketing et numériques

Relations clients et ciblage web marketing
Big data marketing et digital analytics
Publicité et industries créatives
Droit du marketing

Semestre 2

Projet professionnel et de recherche I

Stage (6 mois)