

Structure du programme du Master Marketing digital IAE Nice en partenariat double-diplôme avec l'Université de Sherbrooke

La première année du Master (M1) se déroule à l'Université de Sherbrooke (choisir une concentration : Marketing OU Gestion du commerce électronique) :

CHOIX 1
Maîtrise en administration des affaires
Concentration Marketing

Bloc 1 : Trimestre d'automne (*1 cr Canadien = 2 cr ECTS)

Code de cours	Intitulé du cours	Volume d'heures	Crédits canadiens	ECTS
MAR834	Le nouveau consommateur	45	3	6
MAR862	Méthodes de recherche en marketing	45	3	6
MAR878	Nouvelles tendances en marketing numérique	45	3	6
MAR881	Gestion de la marque	45	3	6
MQG800	Statistiques avancées	45	3	6
Total	5	225	15	30

Bloc 2 : Trimestre d'hiver

MAR823	Gestion de l'innovation de produit	45	3	6
MAR836	Consultation et méthodes qualitatives	45	3	6
MAR851	Contrôle d'efficacité en marketing	45	3	6
MAR876	Marketing vert	45	3	6
MQG802	Modèles statistiques multivariés	45	3	6
Total	5	225	15	30

Bloc 3 : Trimestre d'été

ADM810	Intervention dans le milieu	45	3	6
ESS880	Essai	90	6	12
MAR815	Modèles d'aide à la décision en marketing	45	3	6
MAR837	Marketing stratégique	45	3	6
Total	5	225	15	30

CHOIX 2
Maîtrise en administration des affaires
Concentration Gestion du commerce électronique

Bloc 1 : Trimestre d'automne (*1 cr Canadien = 2 cr ECTS)

Code de cours	Intitulé du cours	Volume d'heures	Crédits canadiens	ECTS
GCE801	Fondements théoriques du commerce électronique	45	3	6
GIS821	Technologie du commerce électronique	45	3	6
MAR824	Marketing et commerce électronique	45	3	6
GIS860	Séminaire de recherche appliquée	45	3	6
MQG810	Traitemet statistique des données	45	3	6
Total	5	225	15	30

Bloc 2 : Trimestre d'hiver

GCE805	Stratégie et commerce électronique	45	3	6
GCE820	Planification d'un projet de commerce électronique	45	3	6
GCE825	Conception d'un projet de commerce électronique	45	3	6
GCE830	Développement d'un projet de commerce électronique	45	3	6
GCE845	Web analytique	45	3	6
Total	5	225	15	30

Bloc 3 : Trimestre d'été

ADM810	Intervention dans le milieu	45	3	6
ESS880	Essai	90	3	6
GCE810	Aspects légaux du commerce électronique	45	3	6
GCE841	Test d'utilisabilité et plan d'implantation	45	3	6
Total	5	225	15	30

La deuxième année du Master (M2) se déroule à l'IAE Nice :

SEMESTRE 3	CODE	Coef	ECTS	COURS	TD
Unité 7 : Stratégie marketing et digitalisation (obligatoire)			6		
Nouveaux business modèles et digitalisation	-	1	(2)	20h	-
<i>Web Strategies and New Customer Behaviors [EN]</i>	-	1	(2)	24h	-
Stratégies de Distribution, e-commerce et phygitalisation	-	1	(2)	20h	-
Unité 8 : Outils marketing et numériques (obligatoire)			6		
Création sites web et ergonomie numérique	-	1	(2)	24h	-
Analyse qualitative et quantitative en marketing et sur le web	-	1	(2)	20h	-
Community & Traffic Management	-	1	(2)	12h	-
Unité 9 : Relations clients et ciblage web marketing (obligatoire)			6		
Buzz marketing et communication digitale	-	1	(2)	24h	-
<i>E-CRM et automation marketing [EN]</i>	-	1	(2)	12h	-
<i>Business Ethics and Marketing [EN]</i>	-	1	(2)	12h	-
Unité 10 : Big Data Marketing et Digital Analytics (obligatoire)			6		
Web analytique & Business intelligence	-	1	(2)	12h	-
Big Data & intelligence artificielle	-	1	(2)	12h	-
Graphisme et design appliqués au marketing digital	-	1	(2)	24h	-
Unité 11 : Publicité et industries créatives (obligatoire)			3		
Search Engine Marketing, SEO & SEA	-	1	(1)	12h	-
<i>Mobile Story-Telling and Film-Making [EN]</i>	-	1	(1)	12h	-
Brand Content et publicité à 360°	-	1	(1)	24h	-
Unité 12 : Droit du marketing IT Mobilité (obligatoire)			3		
Droit du marketing & nouvelles technologies	-	1	(1)	12h	-
Analyse données de panel	-	1	(1)	12h	-
Marketing mobile et expérience client	-	1	(1)	12h	-
BONUS III (facultatif : max 0,25 points sur moyenne)					
Sport/ Engagement étudiant/innovation/ Soft skills	-	-	-	-	-
TOTAL SEMESTRE 3			30	312h	-

SEMESTRE 4	CODE	Coef.	ECTS	COURS	TD
Unité 13 : Projet Professionnel et de recherche			30		
Méthodologie du mémoire	-	1		6h	-
Internship battle (suivi de mémoire et soutenance)	-	1			40h
Mission de professionnalisation :	-	1		-	-
Certification en langues (Global Exam)	-	1	-	-	30h
MOOC et Certification Oracle	-	2	-	-	-
Personal Branding	-	1	-	12	-
Unité 14 : Maîtrise de la langue anglaise (obligatoire) / English proficiency (1 test au choix)					
TOEIC (>750/990) / TOEFL IBT (>78/120) / IELTS (>6.0/9.0)	-	-	-	-	-
BONUS IV (facultatif : max 0,25 points sur moyenne)					
Sport/ Engagement étudiant/Innovation/Soft Skills	-	-	-	-	-
TOTAL SEMESTRE 4			30	18h	70h
TOTAL DEUXIEME ANNEE			60	330h	70h
TOTAL DU PROGRAMME (M1 + M2)			120	660 H	140