MASTER MARKETING, VENTE PARCOURS MARKETING DIGITAL

CARTE D'IDENTITÉ

- Domaine : Droit, Économie, Gestion
- En formation initiale
- En formation continue
- En alternance
  - Contrat d'apprentissage
  - Contrat de professionnalisation
  - Rythme mensuel : 2 à 3 semaines par mois en entreprise et immersion définitive à compter du mois d'avril. Alternance uniquement en 2e année de master
- Accessible en Validation des Acquis (VAE)
- Accessible aux personnes en situation de handicap
- 120 crédits ECTS
- 4 semestres
- La Rochelle

CANDIDATER

https://www.univ-larochelle.fr/formation/admission-inscription-et-scolarite/candidatures-et-inscriptions/candidater-universite-la-rochelle/

CONTACT

IAE La Rochelle
39 rue François de Vaux De Foletier
17024 La Rochelle cedex 1
Web : https://iae.univ-larochelle.fr/
Courriel : master.marketing@univ-lr.fr

OBJECTIFS

Le mot du responsable

> Vous souhaitez acquérir des connaissances et compétences solides en management, marketing et marketing digital ? Choisissez le parcours Marketing digital.
> Grace aux compétences managériales et organisationnelles que vous développerez et votre maitrise des outils digitaux, vous saurez comprendre et analyser un marché et vous adapterez efficacement votre stratégie aux besoins actuels des consommateurs.
> Polyvalent, vous maitriserez les techniques du marketing digital (référencement, marketing mobile, medias sociaux etc.), d'acquisition de trafic et de mesure d'audience mais aussi la création visuelle et éditoriale.

Florence Euzeby

ADMISSION

Votre profil

Pour le master 1 :
Formation de niveau Bac + 3 : la licence de gestion requise.
Pour le master 2 :
Formation de niveau Bac + 4 : la licence de gestion et un master 1 en gestion sont requis.

Comment candidater ?

En 1re année de Master, la sélection des candidats est réalisée sur dossier.
Vous souhaitez candidater en 1re année de Master
Vous souhaitez candidater en 2e année de Master
Alternance proposée en 2e année : l'accès à la 2e année de Master en alternance n'est définitivement acquis que lorsque vous attestez de la signature d'un contrat de professionnalisation.

Présentation obligatoire du Score-IAE Message valide pour une durée de 3 rentrées universitaires (sessions 2020, 2021 ou 2022).

PROGRAMME

● obligatoire ■ à choix

Semestre 1

Conférences professionnelles ●

● Conférences professionnelles

Volume horaire
12h (12h cours magistraux)
1 crédit ECTS
Code de l'EC
222-1-41

Management responsable ●

● Gestion de projet

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de gérer un projet grâce à la connaissance des processus et méthodes de gestion d'un projet. Il saura utiliser un logiciel de gestion de projet.
Volume horaire
24h (6h cours magistraux - 18h travaux dirigés)
2 crédits ECTS
Code de l'EC
222-1-13

● Management d'équipe

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de développer son relationnel et leadership, de conseiller et négocier en équipes et avec ses partenaires d'affaires.
Volume horaire
21h (9h cours magistraux - 12h travaux dirigés)
2 crédits ECTS
Code de l'EC
222-1-11

● Marketing responsable

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de planifier, organiser et contrôler l'activité marketing d'une entreprise à travers la connaissance des spécificités de celle-ci sur son marché et un approfondissement de la démarche de planification.
Volume horaire
21h (12h cours magistraux - 9h travaux dirigés)
3 crédits ECTS
Code de l'EC
222-1-12

Marketing digital

- Gestion de la marque

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant saura développer une marque en tenant compte de toutes les parties prenantes. Il maitrisera les outils d'évaluation des performances d'une marque pour maximiser sa valeur. Il sera à même de déterminer les communautés de marque pertinentes à étudier sur le web.

Volume horaire
18h (9h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-1-22

- Numérique responsable

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera sensibilisé à l'impact environnemental des activités numériques. Il aura conscience des enjeux éthiques qui interviennent dans les problématiques numériques : sensibilité des données exploitées, influence des GAFAM, NATU ...

Volume horaire
18h (9h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-1-23

- Stratégie marketing digital

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable d'appréhender l'impact du numérique sur le consommateur et son environnement pour être en mesure de proposer une stratégie de marketing digital pertinente. Il sera en mesure de réaliser un audit digital global et de formuler des recommandations, il sera à même d'appréhender les différentes stratégies marketing digital possibles. Il connaitra les principaux leviers POEM du marketing digital.

Volume horaire
22h 30min (12h cours magistraux - 10h 30min travaux dirigés)

3 crédits ECTS

Code de l'EC
222-1-21

Technologies du marketing digital

- Bases de données

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de concevoir une base de données simple, d'en définir la structure et de l'interroger grâce à une connaissance claire de la structuration des bases de données, du langage SQL et de la gestion des données.

Volume horaire
19h 30min (6h cours magistraux - 13h 30min travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-1-32

- Maîtrise des outils de traitement graphique (indesign)

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de maitriser l'utilisation des fonctionnalités de base d'un logiciel de mise en page.

Volume horaire
12h (12h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-1-33

- Technologies du web

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable d'appréhender les technologies sous-jacentes permettant à un utilisateur d'accéder à un service en ligne pour mieux interagir avec les DSI, mieux spécifier ses besoins et identifier les points critiques dans la rédaction du cahier des charges d'un SI. Il comprendra les contraintes matérielles et logicielles. Il connaitra l'architecture client/serveur et les principaux protocoles réseaux. Il connaîtra les principaux CMS (de l'architecture à la configuration par le back office) et les langages de programmation du web (technologies de diffusion dans un contexte cross plate-forme, les langages HTML, CSS).

Volume horaire
22h 30min (9h cours magistraux - 13h 30min travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-1-31

Unités transversales

- Etudes qualitatives

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant aura une connaissance de différentes méthodes et outils classiquement utilisés dans la réalisation des études qualitatives. Il sera donc en mesure de comprendre les principes et spécificités de ces démarches, et de savoir concevoir et conduire au moins une démarche de collecte de données de nature qualitative.

Volume horaire
24h (15h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

3 crédits ECTS

Code de l'EC
222-1-04

- LV1 Anglais

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de communiquer à l'écrit et à l'oral avec des partenaires professionnels grâce à l'acquisition des bases de l'anglais des affaires.

Langue d'enseignement
anglais - français

Volume horaire
18h (18h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-1-01

- Maîtrise du tableur

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable d'utiliser les fonctions de base d'un tableur tel qu'Excel.

Volume horaire
18h (18h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-1-03

- Méthodologie de la recherche et des études

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de mettre en œuvre une démarche de recherche dans le domaine du marketing.

Volume horaire
15h (6h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-1-02

Semestre 2

Data et visibilité

- Data scraping et wrangling

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant aura connaissance de la chaîne de traitement des données, sera en mesure, via des API ou en utilisant certains outils de webscraping, de récupérer des données sur le web dans le but d'extraire des informations utiles au marketer. Il sera également en mesure d'automatiser le processus de nettoyage et d'enrichissement des données avec certains outils de data wrangling (Trifacta...).

Volume horaire
22h 30min (4h 30min cours magistraux - 18h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-2-23

- Etudes quantitatives 1

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant aura une connaissance de différentes méthodes et outils classiquement utilisés dans la réalisation des études quantitatives. Dans ce cadre, il sera capable de concevoir et de réaliser des études quantitatives de type questionnaire, et donc de juger de la pertinence d'une proposition de conseil en la matière par un cabinet d'études spécialisés.

Volume horaire
24h (12h cours magistraux - 12h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-2-22

- Initiation au SEO et au Generative Engine Optimization

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant aura une connaissance des différentes méthodes et outils mobilisables dans la réalisation d'études qualitatives online (groupe online...). Il sera notamment sensibilisé à la netnographie, qui cherche à observer les communications des communautés en ligne. Il sera à même de s'interroger sur l'usage de ce type d'études.

Volume horaire
15h (9h cours magistraux - 6h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-2-21

Fondamentaux du digital

- Comportement du consommateur à l'ère digitale

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de connaître les facteurs, individuels ou socioculturels, qui influencent le comportement du client en situation commerciale dans un environnement numérique. Il appréhendera ses processus de décision et les sources de satisfaction, et en quoi le digital les impacte. Il connaitra les mouvements de résistances des clients.

Volume horaire
18h (9h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-2-13

- Digital law

Volume horaire
15h (9h cours magistraux - 6h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-2-14

- Environnement économique du digital

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable d'appréhender l'environnement économique et juridique des entreprises intervenant dans le domaine du digital. Il sera à même d'identifier les principaux acteurs de l'économie numérique, de comprendre leurs modèles d'affaires, d'appréhender la logique par laquelle une entreprise génère, capture et partage de la valeur dans le domaine numérique. Il sera également à même d'apprécier les premiers enjeux juridiques liés aux activités digitales (propriété intellectuelle, confidentialité des données, normalisation).

Volume horaire
25h 30min (15h cours magistraux - 10h 30min travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-2-12

- Marketing et innovation dans les services

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant saura caractériser et analyser les activités de services pour en tirer des recommandations. Il saura agir dans ce contexte sur les 7 variables d'action marketing. Il connaîtra les processus d'innovation et sera en capacité d'en être acteur. Il sera à même de trouver des sources d'innovation et de créativité.

Volume horaire
21h (12h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-2-11

Professionnalisation

- Mémoire de recherche

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de définir et conduire une démarche de recherche de la définition d'une problématique à la mobilisation de littérature scientifique. Il pourra être amené à réaliser une collecte de données pour donner lieu à des recommandations managériales.

3 crédits ECTS

Code de l'EC
222-2-04

- Stage (10 semaines)

Objectifs
A l'issue de ce stage, l'étudiant sera capable de mettre en œuvre, dans un contexte professionnel, des savoirs et savoirs faire acquis au travers des enseignements.

10 crédits ECTS

Code de l'EC
222-2-05-STAG

Unités transversales

- LV1 Anglais

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de communiquer à l'écrit et à l'oral avec des partenaires professionnels grâce à l'acquisition des bases de l'anglais des affaires.

Langue d'enseignement
anglais - français

Volume horaire
18h (18h travaux dirigés)

1 crédit ECTS

Code de l'EC
222-2-01

- Maîtrise des outils de traitement graphique (Photoshop)

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de maitriser l'utilisation des fonctionnalités de base d'un logiciel de traitement d'image.

Volume horaire
10h 30min (10h 30min travaux dirigés)

1 crédit ECTS

Code de l'EC
222-2-02

- Outils d'IA pour le Marketing digital

Volume horaire
12h (12h travaux dirigés)

1 crédit ECTS

Code de l'EC
222-2-03

Semestre 3

Communication digitale 1 •

- Brand content

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera à même de définir une stratégie de contenu numérique en cohérence avec la stratégie globale de la marque et de l'entreprise. Il sera capable de définir une stratégie éditoriale sur internet et de l'appliquer. Il sera en mesure de mettre en œuvre des actions de content marketing et d'élaborer des indicateurs pertinents pour évaluer l'efficacité des actions menées.

Volume horaire
18h (9h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

3 crédits ECTS

Code de l'EC
222-3-22

- Marketing d'influence responsable

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera à même d'identifier les enjeux d'une stratégie d'influence concourant à la stratégie globale de la marque et de l'entreprise. Il connaitra les principaux leviers d'une stratégie d'influence (influenceurs, RP digitales, employee advocacy ...). Il sera capable de nouer et gérer des relations influenceurs et de créer des contenus pour alimenter le dispositif influenceurs. Il saura déterminer l'efficacité des actions par la mise en place d'indicateurs pertinents.

Volume horaire
18h (9h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

3 crédits ECTS

Code de l'EC
222-3-21

Data et marketing 2 •

- Analytics et performance digitale

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant saura utiliser les outils d'analyse d'audience des sites web tels que Google Analytics. Il sera à même d'extraire les principaux indicateurs (KPI) pertinents à suivre en fonction des objectifs définis. Il saura réaliser un rapport complet d'analyse d'audience et de performance digitale.

Volume horaire
18h (9h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

3 crédits ECTS

Code de l'EC
222-3-32

- Datavisualisation

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant connaîtra les grands principes qui président à l'analyse et à la visualisation de données et maîtrisera certains outils de datavisualisation (Tableau Public...). Il sera capable de choisir les outils d'analyse et les représentations graphiques pertinentes en fonction des données et du message à transmettre.

Volume horaire
19h 30min (4h 30min cours magistraux - 15h travaux dirigés)

3 crédits ECTS

Code de l'EC
222-3-33

- Méthodes quantitatives 2

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant aura une connaissance approfondie et une maitrise des outils statistiques d'analyse des données multidimensionnelles utilisés dans les études marketing. Il sera à même de restituer les résultats et les enseignements issus d'une étude quantitative.

Volume horaire
21h (12h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

3 crédits ECTS

Code de l'EC
222-3-31

Unités transversales

- Format vidéo

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant connaitra les principaux formats et usages de la vidéo pour une marque. Il sera capable de produire des vidéos simples exploitables dans le cadre de campagnes de communciation digitale.

Volume horaire
12h (12h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-3-02

- LV1 Anglais

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de communiquer à l'écrit et à l'oral avec des partenaires professionnels grâce à l'acquisition des bases de l'anglais des affaires.

Langue d'enseignement
anglais - français

Volume horaire
18h (18h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-3-01

Visibilité numérique

- Conduite de projets digitaux innovants 1 (web, mobile, IoT)

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera à même de construire un cahier des charges dans un contexte innovant en maitrisant les risques liés (analyse de risque, mise en oeuvre d'un pilotage adapté). Il connaitra les processus de développement agiles (gestion des développement itératifs) et sera à même de piloter un projet innovant (gestion des plannings, des livrables). Il aura une connaissance approfondie de la méthode SCRUM (principe et mise en œuvre).

Volume horaire
21h (6h cours magistraux - 15h travaux dirigés)

3 crédits ECTS

Code de l'EC
222-3-11

- Marketing mobile et internet des objets

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant aura une connaissance approfondie de l'écosystème du marketing mobile (techno mobiles, spécificités des mobinautes...). Il sera à même de proposer des stratégies sur mobile pertinentes selon des contextes déterminés.

Volume horaire
18h (9h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-3-12

- Référencement payant

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant aura une connaissance fine des grands principes qui régissent les campagnes Google Ads. Il sera à même de mettre en place des campagnes d'acquisition et d'optimisation du trafic.

Volume horaire
18h (9h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

3 crédits ECTS

Code de l'EC
222-3-14

- Stratégies avancées de SEO et de Generative Engine Optimization (GEO)

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant aura une connaissance fine des principaux piliers du référencement naturel. Il sera capable de mener des analyses SEO et de les synthétiser pour émettre des recommandations pertinentes (à la fois sur le plan lexical, de contenus, techniques et de netlinking). Il saura utiliser certains outils SEO.

Volume horaire
18h (9h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

3 crédits ECTS

Code de l'EC
222-3-13

Semestre 4

Communication digitale 2 •

- E-Pub (affiliation, display...)

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant maitrisera le processus d'élaboration, la mise en œuvre et le suivi d'un plan de communication numérique. Il aura une connaissance fine des différentes formes d'achat d'espaces publicitaires sur le web (programmatique ...) et des différents outils de mesure de l'efficacité publicitaire.

Volume horaire
18h (9h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-4-22

- Marketing direct et e-mailing

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant aura une vue d'ensemble, à la fois stratégique et opérationnelle, des principales techniques de marketing direct, dont l'e-mailing. Il sera à même de mettre en place des actions de marketing direct et des campagnes d'e-mailing et des programmes de fidélisation depuis la création des supports jusqu'à la détermination et l'analyse des KPI pertinents.

Volume horaire
18h (9h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-4-23

- Média sociaux et community management

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant aura connaissance des enjeux des médias sociaux pour le marketing et des spécificités des principaux médias sociaux (Facebook, Linkedin, Twitter, Instagram Snapchat, Youtube, Tiktok ...). Il sera à même d'auditer les fonctionnalités sociales d'un site, d'élaborer une stratégie social média et de proposer des indicateurs de performance pertinents selon les situations rencontrées (SMO). Il connaitra les modules de social Ads et les autres formes organiques des différents réseaux sociaux.

Volume horaire
18h (9h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-4-21

Langue vivante

- LV1 Anglais

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de communiquer à l'écrit et à l'oral avec des partenaires professionnels grâce à l'acquisition des bases de l'anglais des affaires.

Langue d'enseignement
anglais - français

Volume horaire
18h (18h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-4-01

Marketing numérique expert

- Conduite de projets digitaux innovants 2 (web, mobile, IOT)

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera à même de construire un cahier des charges dans un contexte innovant en maitrisant les risques liés (analyse de risque, mise en oeuvre d'un pilotage adapté). Il connaitra les processus de développement agiles (gestion des développement itératifs) et sera à même de piloter un projet innovant (gestion des plannings, des livrables). Il aura une connaissance approfondie de la méthode SCRUM (principe et mise en œuvre).

Volume horaire
9h (3h cours magistraux - 6h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-4-11

- Conversion et UX design

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant aura une bonne connaissance des pratiques et tendances en webdesign. Il sera capable de mettre en oeuvre des méthodologies d'études rigoureuses pour analyser l'existant (tests utilisateurs ...) et proposer les solutions les plus pertinentes aux utilisateurs compte tenu du contexte de l'entreprise et des objectifs de conversion.

Volume horaire
21h (12h cours magistraux - 9h travaux dirigés)

2 crédits ECTS

Code de l'EC
222-4-12

Pratiques professionnelles (Alternance)

- Mémoire de recherche (alternants)

3 crédits ECTS

Code de l'EC
222-4-03

- Mission en entreprise (Alternants)

15 crédits ECTS
Code de l'EC
222-4-05

Pratiques professionnelles (Initial)

- Mémoire de recherche (initial)

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant sera capable de faire émerger une problématique à partir d'une question de recherche, réaliser une étude empirique et formuler des recommandations managériales et de recherche.

3 crédits ECTS
Code de l'EC
222-4-02

- Stage (12 semaines) (initial)

Objectifs
A l'issue de cet enseignement, l'étudiant saura identifier une problématique managériale, mener les recherches théoriques et professionnelles associées, bâtir une méthodologie empirique et formuler des recommandations.

15 crédits ECTS
Code de l'EC
222-4-04-STAG

Règlements et programmes

RÈGLEMENT DES ÉTUDES MASTER Marketing, Vente https://formations.univ-larochelle.fr/IMG/pdf/re_marketing_vente_2026-2027.pdf

Règlement des examens et des certifications professionnelles
https://formations.univ-larochelle.fr/IMG/pdf/2025-2026_lruniv_re_glement_examens.pdf

CALENDRIER ALTERNANCE M2 https://formations.univ-larochelle.fr/IMG/pdf/calendrier_alternance.pdf

Interaction avec le monde professionnel

De nombreux enseignements sont assurés par des cadres en activité.
Enfin, chaque année un cycle de conférences est organisé, ainsi que des mises en situations professionnelles (entretiens de recrutement, simulation de gestion, etc.).

INTERNATIONAL

VOUS POURREZ EFFECTUER UN STAGE À L'ÉTRANGER OU UN SÉJOUR D'ÉTUDES DANS LE CADRE DE PARTENARIATS D'ÉCHANGE :
• LE PROGRAMME ERASMUS+ POUR LES PAYS DE L'UNION EUROPÉENNE
• LES CONVENTIONS INTERNATIONALES DE COOPÉRATION DE LA ROCHELLE UNIVERSITÉ AVEC DES UNIVERSITÉS ÉTRANGÈRES DANS D'AUTRES PARTIES DU MONDE.

EN SAVOIR PLUS : HTTPS://WWW.UNIV-LAROCHELLE.FR/INTERNATIONAL/DEPART-INTERNATIONAL

Ouverture internationale

L'IAE entretient de nombreux partenariats avec des universités étrangères. Les étudiants peuvent réaliser un semestre ou l'intégralité de leur première année de master dans les universités partenaires.

ET APRÈS

Poursuite d'études

- Doctorat

Secteurs d'activité

- Banque, assurance
- Commerce, distribution
- Communication, médias
- Gestion, management des entreprises, comptabilité
- Informatique, Web, images, télécommunications
- Marketing

Métiers

- Brand manager
- Chargé d'études en ligne
- Chef de produit online
- Chef de projet marketing digital
- Chef de produit web / mobile
- Consultant en e-marketing et en e-CRM
- Content manager
- Media Trader
- Product owner
- Responsable communication digitale
- Social data analyst
- Social media manager
- Traffic manager

Informations présentées sous réserve de modifications

fichier généré le 22 septembre 2026 08h40min