**Audencia – Stratégie Marketing à l’ère digitale**

* Si vous ne devez retenir qu’une chose ? Ce programme est venu répondre à un besoin exprimé par les entreprises et les étudiants diplômés. Bonne nouvelle donc dans la mesure où cela devrait faciliter votre insertion professionnelle à la sortie.
* A savoir : ce programme s’organise autour de quatre grands modules : des fondamentaux de gestion (RH, compta, contrôle de gestion, business modèle,…), la création de valeur à l’ère digitale (communication, distribution omni-canal, gestion du prix,…), la connaissance du consommateur (recherche d’infos), et enfin, de la gestion de projet.
* Atouts du programme : d’une part, des ateliers « boîtes à outils » ponctuels vous permettant d’aborder un point technique de manière plus spécifique, de l’autre, des professionnels qui interviennent sur les problématiques actuelles et qui ne sont pas réticents à recevoir quelques CV au passage nous dit-on. A bon entendeur.
* Trois grand public sont visés : des étudiants avec une formation commerce, marketing et gestion, à qui l’école va apporter la perspective digitale, des étudiants venant d’école d’ingénieurs, techniciens et informaticiens, qui viennent chercher des connaissances managériale, et des mathématiciens. L’idée est de vous donnez une double compétence.
* Littéraires ou juristes ? Vous êtes également bienvenus. La clef, c’est d’avoir une appétence pour le numérique. Attention toutefois, l’objectif est de comprendre comment le digital fonctionne,  il ne faut pas avoir peur des chiffres. On gère des datas tout de même les enfants.
* Une sélection sur dossier (très peu d’écrémage nous dit-on) puis un oral. Pour le recrutement M2, le seul prérequis est d’avoir le TOEIC. Rassurez-vous, le niveau demandé n’est pas très élevé, vous devez être en mesure de suivre quelques cours en anglais. Pour les M1 : en plus du TOEIC, le TAGEMAGE est fortement recommandé.
* N’oubliez pas : ici on se concentre sur la dimension digitale, elle est donc transversale à tous les cours.
* Les postes à la sortie ? Assez rapprochés des postes que vous obtiendrez avec un programme marketing plus classique, mais là encore on garde la spécificité digitale : des entreprises avec une bonne maturité numérique : pure players mais agences de conseil par exemple.
* Un regret : pour le moment l’alternance n’est pas possible, mais un stage de six mois est obligatoire.