

PROGRAMME MASTER & MBA

MASTER MARKETING STRATÉGIQUE

Développer la performance commerciale et la puissance marketing !

Strategic Marketing Master's — Building commercial performance and marketing power!

2 ans

MASTER 1 (SOCLE ET BRANCHE...)

120 ECTS

60 PAR ANNÉE, 30 PAR...

2 diplômes

MBA MARKETING STRATÉGIQUE...

DIPLOMES DÉLIVRÉS · DEGREES AWARDED

MBA Marketing Stratégique et Opérationnel (ESG Paris)

Master Marketing Stratégique & Digital (UFRA)

ANNÉE ACADÉMIQUE 2026-2027

Université Française d'Abidjan · ESG Graduate School — Abidjan



01 PRÉSENTATION DU PROGRAMME

Program overview

Le Master Marketing forme des professionnels capables de comprendre un marché, de construire une marque forte et de piloter la croissance dans un environnement digitalisé, où la donnée est devenue le premier levier de décision. Alliant marketing stratégique, expertise digitale et culture commerciale, il prépare aux fonctions de direction marketing, de développement commercial et de pilotage de l'expérience client.

Le Master se construit en deux temps.

- ◆ Première année, socle commun de haut niveau mutualisé avec la cohorte MBA Fast-Track : stratégie, analyse financière, contrôle de gestion, droit OHADA, data et IA, leadership ;
- ◆ Première année, branche Marketing et stratégie digitale : comportement du consommateur et études de marché, marketing digital et e-commerce, brand management, community management, CRM, marketing B2B et data marketing ;
- ◆ Deuxième année, approfondissement de la spécialité : positionnement et brand equity, innovation produit-service, e-business et data science, acquisition de marchés, expérience client, négociation, influence et content strategy ;
- ◆ Deuxième année, thèse professionnelle et stage long.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ◆ Former des responsables marketing capables d'élaborer et de déployer une stratégie de marque et de croissance ;
- ◆ Maîtriser le marketing digital, la data et l'analytics au service de l'acquisition et de la conversion ;
- ◆ Développer une culture commerciale solide : business development, négociation et pilotage de la performance ;
- ◆ Concevoir une expérience client différenciante et fidéliser durablement ;
- ◆ Renforcer les compétences managériales et la capacité de décision en environnement concurrentiel.

REPÈRES · KEY FACTS

Master · Bac+5

2 ans

Français

Bac+3 ou Bac+4

NIVEAU DE SORTIE

DURÉE

LANGUE D'ENSEIGNEMENT

ADMISSION

02 LES COMPÉTENCES DU DIPLÔMÉ

Graduate skills

Comprendre le marché

Conduire des études, analyser le comportement du consommateur et transformer les données en insights.

Positionner la marque

Définir un positionnement, construire une brand equity et piloter une communication intégrée.

Acquérir et convertir

Déployer le marketing digital, l'e-business, la data science et les leviers d'acquisition.

Vendre et négocier

Développer de nouveaux marchés, négocier et piloter la performance commerciale.

Fidéliser

Exploiter le CRM, cartographier l'expérience client et bâtir des programmes de fidélisation.

Piloter et décider

Suivre les KPI marketing, mesurer le ROI et défendre une recommandation stratégique.

03 MAQUETTE PÉDAGOGIQUE

Curriculum

Le Master se déroule sur deux ans. Le socle du Master 1 et les cours communs du Master 2 sont mutualisés avec la cohorte MBA Fast-Track, ce qui place les étudiants au contact de cadres et de dirigeants en activité.

Étape	Contenu	ECTS
Master 1 – Semestre 1	Socle commun (mutualisé MBA) : stratégie, finance, contrôle, droit, data, leadership	30
Master 1 – Semestre 2	Branche marketing et stratégie digitale	30
Master 2 – Cours communs	Transversaux mutualisés avec la cohorte MBA Fast-Track	13
Master 2 – Spécialité	Cours de spécialité, mémoire de recherche appliquée et stage	47
TOTAL Master	2 ans, 4 semestres	120
Alternative	MBA Fast-Track Executive, 12 mois	90

- Règle de progression : chaque année vaut 60 ECTS, soit 30 par semestre ;
- Une année se valide par une moyenne générale supérieure ou égale à 10/20 ;
- Les matières de spécialité, le mémoire et le stage sont affectés du coefficient 2 ;
- Les cours communs et transversaux sont affectés du coefficient 1.

PROGRAMME*

Les tableaux ci-dessous présentent la maquette officielle : matières et crédits ECTS, dans l'ordre de programmation. Maquette indicative, susceptible d'ajustements pédagogiques.

MASTER 1 - SEMESTRE 1 : SOCLE COMMUN (30 ECTS)**30 ECTS***Commun aux branches du Master 1. Mutualisé avec le MBA Fast-Track.*

Stratégie d'entreprise & gouvernance	4	Data analytics, IA & outils numériques	3
Analyse financière & diagnostic	4	Management, leadership & conduite du changement	3
Droit des affaires OHADA & fiscalité de l'entreprise	4	Négociation & communication professionnelle	2
Contrôle de gestion & pilotage de la performance	3	Business English	2
Marketing stratégique & transformation digitale	3	Méthodologie de recherche & séminaire	2

MASTER 1 - SEMESTRE 2 : BRANCHE MARKETING ET STRATÉGIE DIGITALE (30 ECTS)**30 ECTS***Ouverture de la spécialisation.*

Comportement du consommateur & études de marché	5	CRM, expérience client & fidélisation	4
Marketing digital, e-commerce & réseaux sociaux	5	Marketing B2B & développement commercial	3
Brand management & communication intégrée	4	Data marketing & analytics	3
Community management & content marketing	4	Stage / projet appliqué Marketing	2

MASTER 2 - COURS COMMUNS MUTUALISÉS (13 ECTS)**13 ECTS***Transversaux communs aux M2, suivis avec la cohorte MBA Fast-Track.*

Séminaire d'intégration & rentrée · Sem. S3	1	Méthodologie de recherche & accompagnement mémoire · Sem. S3-S4	3
Usages professionnels de l'IA & data · Sem. S3	2	Négociation & communication exécutive · Sem. S4	1
Leadership, management & conduite du changement · Sem. S3	2	RSE, éthique & transition · Sem. S4	2
Business English & communication internationale · Sem. S3-S4	2		

MASTER 2 - SPÉCIALITÉ MARKETING (47 ECTS)**47 ECTS**

Cours de spécialité, mémoire de recherche appliquée et stage professionnel. Parcours complet de Master 2 : cours communs (13 ECTS) + spécialité, mémoire et stage (47 ECTS) = 60 ECTS.

Marketing stratégique : positionnement, segmentation & brand equity · Sem. S3	4	Négociation commerciale & pilotage de la performance commerciale · Sem. S4	3
Stratégie de développement produit-service & innovation · Sem. S3	3	Communication, influence & content strategy · Sem. S4	4
Marketing digital, e-business & data science · Sem. S3	4	Droit et éthique des affaires appliqués au marketing · Sem. S4	2
Data management, marketing analytics & KPI · Sem. S3	3	Mémoire de recherche appliquée / thèse professionnelle en Marketing · Sem. S4	9
Stratégie d'acquisition de marchés & business development · Sem. S4	4	Stage professionnel / alternance (4 à 6 mois) & rapport · Sem. S4	8
Expérience client, CRM & fidélisation · Sem. S4	3		

* Les programmes sont susceptibles d'évoluer pour rester en phase avec l'évolution des métiers.

04 PROFESSIONNALISATION & ÉVALUATION

Professional development & assessment

Dispositif	ECTS	Quand
Mémoire de recherche appliquée (thèse professionnelle)	9	Master 2, semestre 4
Stage professionnel ou alternance (4 à 6 mois) et rapport	8	Master 2, semestre 4
Stage ou projet appliqué Marketing	2	Master 1, semestre 2
Méthodologie de recherche et accompagnement du mémoire	3	Master 2, semestres 3 et 4
Droit et éthique des affaires appliqués au marketing	2	Master 2, semestre 4

LE PROJET QUI FAIT LA DIFFÉRENCE

- ◆ La thèse professionnelle traite une problématique marketing réelle, posée par une entreprise ou une marque ;
- ◆ Elle est encadrée par un directeur de mémoire et accompagnée par un séminaire de méthodologie ;
- ◆ Elle est soutenue devant un jury mixte composé d'enseignants-chercheurs et de professionnels ;
- ◆ Elle est affectée du coefficient 2.

LES AUTRES MISES EN SITUATION

- ◆ Études de cas construites sur des marques et des entreprises réelles ;
- ◆ Campagnes digitales et projets d'acquisition en conditions réelles ;
- ◆ Business games et simulations de lancement d'offres ;
- ◆ Masterclass et sessions de networking avec la cohorte MBA Fast-Track ;
- ◆ Coaching personnalisé et suivi individuel des projets.

ÉVALUATION ET VALIDATION

Modalité	Poids indicatif
Contrôle continu (études de cas, exercices, participation)	30 %
Examens semestriels	30 %
Mémoire de recherche appliquée et soutenance	25 %
Stage professionnel et rapport	15 %

- Coefficient 2 : matières de spécialité, mémoire et stage ;
- Coefficient 1 : cours communs et transversaux ;
- Le semestre est validé à partir d'une moyenne générale de 10/20, les 30 ECTS du semestre sont alors acquis.

05 DÉBOUCHÉS & PARTENARIATS

Careers & partnerships

LES ORIENTATIONS MÉTIERS

Marketing stratégique et brand management

Construire une marque forte et un positionnement gagnant.

ENSEIGNEMENTS MOBILISÉS

Marketing stratégique : positionnement, segmentation et brand equity · Brand management et communication intégrée · Stratégie de développement produit-service et innovation

DÉBOUCHÉS

Directeur marketing · Brand manager · Chef de produit · Responsable stratégie de marque · Chargé d'études

Marketing digital et data

Piloter l'acquisition et la conversion par la donnée.

ENSEIGNEMENTS MOBILISÉS

Marketing digital, e-business et data science · Data management, marketing analytics et KPI · Data marketing et analytics · Usages professionnels de l'IA et de la data

DÉBOUCHÉS

Responsable marketing digital · Growth manager · Traffic manager · Data marketer · Chef de projet digital

Business development et négociation

Conquérir de nouveaux marchés et développer le chiffre d'affaires.

ENSEIGNEMENTS MOBILISÉS

Stratégie d'acquisition de marchés et business development · Négociation commerciale et pilotage de la performance commerciale · Marketing B2B et développement commercial

DÉBOUCHÉS

Business developer · Directeur commercial · Key account manager · Responsable du développement · Chef des ventes

Expérience client et CRM

Fidéliser et créer de la valeur sur la durée.

ENSEIGNEMENTS MOBILISÉS

Expérience client, CRM et fidélisation · CRM, expérience client et fidélisation (M1) · Comportement du consommateur et études de marché

DÉBOUCHÉS

Responsable CRM · Responsable expérience client · Chargé de fidélisation · Customer success manager

Communication, influence et contenu

Faire rayonner la marque et animer les communautés.

ENSEIGNEMENTS MOBILISÉS

Communication, influence et content strategy · Community management et content marketing · Marketing digital, e-commerce et réseaux sociaux

DÉBOUCHÉS

Responsable communication · Content manager · Responsable influence · Community manager · Attaché de presse

Innovation et go-to-market

Lancer des offres et créer de nouveaux marchés.

ENSEIGNEMENTS MOBILISÉS

Stratégie de développement produit-service et innovation · Stratégie d'acquisition de marchés · Droit et éthique des affaires appliqués au marketing

DÉBOUCHÉS

Chef de produit innovation · Product manager · Responsable lancement · Consultant en stratégie marketing

POURSUITE D'ÉTUDES

- ◆ Compléter le parcours par le MBA Fast-Track Executive (90 ECTS, 12 mois) ;
- ◆ Préparer une certification professionnelle en marketing digital et data.

PARTENAIRE ACADÉMIQUE

UN DOUBLE DIPLÔME AVEC ESG PARIS

Un double diplôme, deux reconnaissances : MBA Marketing Stratégique et Opérationnel délivré dans le cadre du partenariat ESG Paris et Master Marketing Stratégique & Digital, homologué par le MESRS (Côte d'Ivoire).

Mémoire + stage

THÈSE PROFESSIONNELLE...

Bac+3

OU ENTRÉE DIRECTE EN MASTER...

Format hybride

PRÉSENTIEL ET DISTANCIEL,...

SE CERTIFIER AVEC ICAD EXECUTIVE EDUCATION

L'Institut des Cadres et Dirigeants (ICAD) propose des certificats professionnels composés de blocs de compétences capitalisables, mutualisés avec les enseignements du diplôme. Les blocs validés dans un certificat peuvent être reconnus dans une poursuite en diplôme, et inversement.

Certificat professionnel ICAD	ECTS
CERT-MKC-01 – Direction commerciale	9
CERT-MKC-02 – Stratégie marketing et plan d'action commercial	10
CERT-MKC-03 – Marketing digital et communication performante	11
CERT-MKC-04 – Relation client et performance commerciale	10
CERT-MKC-05 – Vendre en ligne : e-commerce et social commerce	9
CERT-MGT-05 – Gestion de projet : planification et exécution	8

06 ADMISSION & FRAIS DE SCOLARITÉ

Admission & tuition

PROCESSUS D'ADMISSION

- | | | | |
|--|---|--|--|
| 1
Candidature en ligne
Dossier et relevés de notes sur ufra-esg.org | 2
Étude du dossier
Examen par la commission d'admission | 3
Entretien de motivation
Sur campus ou en visioconférence | 4
Inscription
Décision d'admission et confirmation |
|--|---|--|--|

CONDITIONS D'ACCÈS

Votre situation	Vous intégrez	Attendus
Bac+3 validé (180 ECTS) en gestion, marketing, communication ou commerce	Master 1 – Socle commun et branche Marketing	Fondamentaux du marketing et sens de l'analyse
Bac+4 validé ou Master 1 obtenu	Master 2 – Marketing	Maîtrise du marketing stratégique et projet professionnel défini
Professionnel en activité ou en reconversion	Master 1 ou Master 2 (validation des acquis)	Expérience en marketing, communication ou commerce

FRAIS 2026-2027

Hybride (présentiel et distanciel), compatible avec une activité professionnelle. Durée : 2 ans. Langue d'enseignement : Français. Rentrée : année académique 2026–2027.

CANDIDATURES OUVERTES – RENTRÉE 2026-2027

Applications open — 2026–2027 intake

[UFRA-ESG.ORG](https://ufra-esg.org)



07 VIE DE CAMPUS

Campus life

- ◆ Campus de Cocody Riviera 3 : bibliothèque, espaces de travail et salles de projet
- ◆ Associations étudiantes : entrepreneuriat, débat & éloquence, sport, culture
- ◆ Concours, business games et projets inter-écoles tout au long de l'année
- ◆ Accompagnement carrière : forum entreprises annuel, mentorat alumni

ADRESSE

Cocody Riviera 3, cité coprim2,
rue E139
Abidjan, Côte d'Ivoire

CONTACT

+225 27 224 644 50
infos@ufra-esg.org

CANDIDATER

ufra-esg.org
Rentrée : octobre 2026