Marketing digital

ECTS : 2

Volume horaire : 21

Description du contenu de l'enseignement :

1. Comprendre la révolution numérique
Le marketing à l'ère numérique

2. Définir la stratégie marketing
Marché, concurrence, positionnement, cibles, personas
Proposition de valeur et business model canvas

3. Mettre en œuvre la stratégie digitale 1
Ergonomie, design, expérience client, parcours clients

4. Mettre en oeuvre sa stratégie digitale 2
Créer du trafic vers son site, les leviers du e-marketing

5. Le marketing des réseaux sociaux
Panorama des médias sociaux
Présence de l'entreprise sur les réseaux sociaux
Animer des campagnes sur les réseaux sociaux

6. Le marketing mobile
L'équipement et les usages des consommateurs
Les stratégies publicitaires sur le mobile
Les applications stores

Compétence à acquérir :

Ce cours a pour objectif de vous faire acquérir les bases du marketing de l'internet et de la communication sur le web. Les différentes techniques permettant de recruter et de fidéliser le e-consommateur seront étudiés.

Mode de contrôle des connaissances :

Travail de groupe
Examen sur table - cas pratique