Publicité digitale

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Objectif du cours : bâtir une stratégie de présence digitale et développer les logiques d'acquisition et de fidélisation grâce au mix des leviers de la publicité digitale (paid media). Les thématiques abordées sont les suivantes :
1.Campagne à la performance versus campagne de branding
2.Comprendre le parcours client digital et identifier les points de contact
3.Vision transverse des leviers disponibles
4.Les modes d'achat et de commercialisation des espaces
5.Les formats du display
6.Construire son programme d'affiliation
7.Les campagnes d'emailing
Bâtir une stratégie de présence digitale et développer les logiques d'acquisition et de fidélisation grâce au mix des leviers de la publicité digitale (paid media)
-Comprendre les enjeux et procédés du marketing programmatique

Compétence à acquérir :

-Créer et piloter une campagne de display
-Construire son programme d'affiliation et ses campagnes d'emailing
-Savoir analyser les principaux indicateurs de performance (analytics