

ESC130 - Marketing et réseaux sociaux

Présentation

Prérequis

Cette unité d'enseignement s'adresse aux auditeurs qui :

- travaillent dans la communication et veulent développer leurs compétences en matière de réseaux sociaux
- travaillent dans le digital et désirent accroître leurs compétences en matière de référencement social, commerce social, e-réputation, CRM social
- travaillent dans le marketing et veulent mieux suivre les évolutions des réseaux sociaux en matière de gestion des communautés, gestion de la marque, co-création
- souhaitent assurer leur reconversion sur le digital (salariés des médias traditionnels notamment) par des connaissances actuelles et opérationnelles sur les réseaux sociaux

Prérequis : connaissances ou expériences en marketing / communication.

Objectifs pédagogiques

Cette UE a pour objectif d'étudier les enjeux des réseaux sociaux en matière de stratégies et de tactiques marketing.

Programme

Contenu

- **Construire sa stratégie digitale** (méthodologie et exemples)
- **Panorama des réseaux sociaux**
 - Chiffres et usages en France & dans le monde
 - Établir une stratégie gagnante sur Facebook
 - Augmenter son influence sur Twitter
 - Video & picture marketing : Instagram, Pinterest, Snapchat, Youtube
 - RH 2.0 et marque employeur sur les réseaux sociaux professionnels
- Métier & outils du **community manager**
- **Paid Media** : modèles publicitaires sur les réseaux sociaux
- **E-reputation** : impact avis consommateurs sur le parcours d'achat
- **Relations influenceurs** (blogueurs, journalistes, communautés...)
- Du commentaire négatif au Bad Buzz : **gestion de crise en ligne**
- **Evaluation de la performance** : KPI pour la stratégie médias sociaux

Modalités de validation

- Contrôle continu
- Projet(s)

Bibliographie

🌟 Valide le 16-02-2019

Code : ESC130

4 crédits

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / Charles-
edouard MALLET

Contact national :

Cnam - EPN15

1D3P10, 37.2.12, 2 rue

Conté

75003 Paris

01 40 27 21 30

Cherifa Michaud

cherifa.michaud@lecnam.net

Titre	Auteur(s)
Faire du marketing sur les réseaux sociaux (éditions Eyrolles), 2014	Hossler M., Murat O., Jouanne A.
La Boîte à outils des réseaux sociaux (2e éd. Dunod), 2014	Bladier C.
Facebook, Twitter et les autres, Intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie d'entreprise, Pearson. 2010	Balagué C. et Fayon D.
Le community management : nouvelles approches de communication, Flash Management Internet Marketing 2013, EBG	Chauvin P.
E-Réputation. Stratégies d'influence sur Internet (Editions Ellipses), 2012	Fillias E.
Comment développer votre activité grâce aux médias sociaux (Editions Dunod), 2015	Valérie March
L'Art des médias sociaux: Stratégies gagnantes pour un usage professionnel, 2015	Guy Kawasaki et Peg Fitzpatrick (Editions Diateno)
Le point de bascule (Editions Champs), 2012	Malcom Gladwell
La communication digitale expliquée à mon boss (Editions Media Aces), 2011	Y. Gouvernec et H. Kabla
Les réseaux sociaux: Votre présence sur les réseaux sociaux en 7 jours ! (Management Digital t. 3) Format Kindle, Janvier 2016	Soulier T. et Dieudonne A.