

US181H - Le marketing dans un univers digital (introduction)

Présentation

Prérequis

Bac+2 et 2 ans d'expérience commerciale minimum sont nécessaires, admission sur dossiers et entretien éventuel. Inscription dans le cadre de l'obtention du titre RNCP Responsable Commercial et Marketing.

Objectifs pédagogiques

Comprendre les enjeux des réseaux sociaux en matière de stratégies et de tactiques marketing

Compétences

Maîtrise des principaux du e-commerce et outils de CM (community management) et connaissance des différents réseaux sociaux

Maîtrise de la publicité sur les réseaux sociaux

Connaître les grands principes du design d'un site et les éléments importants du SEO (référencement naturel) et SEM.

Programme

Contenu

Les fondamentaux du marketing

Prendre en compte l'impact de la digitalisation sur le marketing

Elaborer une stratégie marketing efficace dans un cadre digital

Le marketing digital : la promotion et la performance

Principales tendances du marketing digital

L'évolution des modèles de revenus

Mix-Marketing et gestion de la marque dans un contexte digital : réputation en ligne

Web-to-store, géolocalisation et personnalisation

Expérience client et gestion de la relation client en ligne

Big Data et nouveau marketing digital

Modalités de validation

- Contrôle continu

Description des modalités de validation

Il s'agira pour l'ensemble de l'UE d'un travail conduit en équipe (3 à 4 auditeurs) visant à constituer un dossier d'analyse d'une situation marketing (produit, point de vente, campagne publicitaire...) de 25 pages maximum, qui sera soutenu lors d'une épreuve orale collective (15 mn plus questions réponses, soit 1/2h en tout)

🌟 Valide le 21-03-2019

Code : US181H

4 crédits

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / Valérie
CHARRIERE-GRILLON

Contact national :

Cnam - École MS -

Département MIP

1D3P40, 37-2-07, 2 rue

Conté

75003 Paris

01 40 27 25 15

Rosa Alves Suzano

rosa.alves_suzano@cnam.fr

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Marketing digital. Editions Pearson	Chaffey et Ellis-Chadwick.
Mesurer l'efficacité du marketing digital. Editions Dunod	Laurent Florès