

USM30S - Marketing dans un univers digital (approfondissement)

🌟 Valide le 25-03-2019

Code : USM30S

Présentation

Objectifs pédagogiques

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

4 crédits

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / Maria-béatriz SALGADO

Compétences

Le contenu de l'US permet de:

Maîtriser les principaux du e-commerce et outils de CM (community management) et connaître les différents réseaux sociaux

Maîtriser la publicité sur les réseaux sociaux

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 86 55

Zahra ADJLOUT

zahra.adjout@cnam.fr

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

Programme

Contenu

Le contenu de la formation est le suivant:

- Présentation du e-commerce (principaux chiffres et tendances)
- Principaux des différents leviers du digital (display, search, e-mailing, affiliation) et des principes du référencement naturel
- Mise en place d'une stratégie digitale et e-commerce et m-commerce
- Social Shopping : insérer les réseaux sociaux dans sa stratégie
- Ergonomie E-commerce & Tests
- Eléments principaux d'un site e-commerce
- Mesure de la performance & Reporting (attribution, conversion...)
- Construire sa stratégie digitale (méthodologie et exemples)
- Panorama des réseaux sociaux
- E-reputation, avis consommateurs & social-CRM
- Outils du community management
- Relations influenceurs (blogueurs, journalistes, communautés...)
- Evaluation de la performance : KPI pour les réseaux sociaux
- Big Data appliqué aux réseaux sociaux

Modalités de validation

- Projet(s)

Description des modalités de validation

Travail de groupe (3 à 5) consistant en l'audit d'un site de e-commerce et de stratégie sociale.

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Réussir son référencement Web, Editions Eyrolles	Andrieu O.
Faire du marketing sur les réseaux sociaux (éditions Eyrolles)	Hossler M., Murat O., Jouanne A.

E-commerce : de la stratégie à la mise en œuvre Isaac H. et Volle P.
opérationnelle, Pearson Education