

UNITE 3 : TIC ET MARKETING

MARKETING DIGITAL

RESPONSABLE : ► MME DJAMILA ELIDRISSI

FONCTION : ► MAITRE DE CONFERENCES-HDR SCIENCES DE GESTION

ECTS : ►

VOLUME HORAIRE : ► 20 h

DESCRIPTIF ET OBJECTIFS GENERAUX DU COURS (5 A 6 LIGNES)

►

Les objectifs de ce cours sont de décrire l'importance actuelle prise par le marketing digital et ses conséquences en matière de pratiques de gestion pour les entreprises et les clients (web, médias sociaux, mobile...). La compréhension des stratégies de marketing digital et des outils et ressources numériques sont primordiales pour un étudiant du master marketing.

THEMES DES SEANCES OU PLAN SUCCINCT DU COURS

►

1. Du Marketing au Web Marketing
2. Le support de l'interactivité
3. Les prestataires et les outils
4. Les leviers de la performance marketing : display, SEM, SEO, E-mailing, M-Marketing

MODE D'EVALUATION (MODALITES DU CONTROLE CONTINU)

► ETUDES DE CAS ET PROJETS DE GROUPE

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES BASIQUES (5 OUVRAGES AU MAXIMUM)

► ELLE SERA PRECISEE EN COURS