

DIPLOME	Licence d'Information et Communication (INFOCOM)
PARCOURS	Pas de parcours pour ce diplôme
ANNÉE D'ÉTUDES	Licence niveau 2
INTITULÉ DU COURS	Enjeux des médias sociaux
ENSEIGNANT(S)	Pascal IMBERDIS
Adresse de contact	Pascal.IMBERDIS@uca.fr
TYPE DE COURS	CM
NOMBRE D'HEURES	10h
LANGUE D'ENSEIGNEMENT	Français
TYPE D'ENSEIGNEMENT	
CAPACITÉ D'ACCUEIL LIMITÉE	Oui
SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES	100
OUVERT AUX ETUDIANTS ÉTRANGERS	Oui
SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES	2
PRÉ-REQUIS	

OBJECTIF DU COURS

Mesurer les enjeux des nouveaux usages du digital et des médias sociaux ;
Comprendre les implications des médias sociaux sur notre quotidien et nos usages ;
Evaluer l'impact des algorithmes dans notre consommation d'information ;
Connaître le fonctionnement de la publicité en ligne ; Définir le rôle du SMO et ses outils ;
Aborder le concept de la marque personnelle.

DESCRIPTIF DU COURS

Les médias sociaux se sont imposés comme un outil du quotidien pour les individus et les entreprises pour communiquer et partager. L'animation de communautés en ligne représente depuis quelques années un levier de développement importants avec beaucoup de mécanismes à maîtriser et à adapter en fonction des objectifs à atteindre. Soumis aux algorithmes, le flux continu d'information s'en trouve impacté mais avec quelle répercussion pour les internautes ?

- Les médias sociaux aujourd'hui : la communication digitale, un peu d'histoire , connaître les médias sociaux, stratégie de communication sur les médias sociaux
- Les algorithmes : données et bulles de filtrage, fonctionnement des algorithmes (Facebook, Youtube, TikTok), manipuler les médias sociaux ?
- La publicité en ligne : concepts clés, Ad exchange (DMP), la publicité la publicité sur les médias sociaux, le social selling
- Social media optimization : référencement et moteur de recherche, dynamiser ses communautés
- Le personal branding : e-réputation, la marque personnelle

BIBLIOGRAPHIE / SITOGRAPHIE

- W. Chan Kim, R. Mauborgne, L. Cohen, Stratégie Océan Bleu : comment créer de nouveaux espaces stratégiques, 2015
- S. Godin, La Vache pourpre, 2011
- L. Flores, Mesurer /l'efficacité du marketing digital, 2016
- G Kawasaki, L'art de enchantement : comment influencer les coeurs, les esprits et les actes, 2011
- le Blog du modérateur (<https://www.blogdumoderateur.com/>)
- Freedom house (<https://freedomhouse.org/report/freedom-net>)
- Conseil supérieur de l'audiovisuel (<https://www.csa.fr/>)