

DIPLOME	Licence d'Information et Communication (INFOCOM)
PARCOURS	Pas de parcours pour ce diplôme
ANNÉE D'ÉTUDES	Licence niveau 3
INTITULÉ DU COURS	E-marketing et écosystème web
ENSEIGNANT(S)	Pascal IMBERDIS
Adresse de contact	Pascal.IMBERDIS@uca.fr
TYPE DE COURS	CM + TD
NOMBRE D'HEURES	10h CM et 10h TD
LANGUE D'ENSEIGNEMENT	Français
TYPE D'ENSEIGNEMENT	En présentiel et à distance
CAPACITÉ D'ACCUEIL LIMITÉE	Oui
SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES	90
OUVERT AUX ETUDIANTS ÉTRANGERS	Oui
SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES	2
PRÉ-REQUIS	

OBJECTIF DU COURS

- Acquérir une vision de l'évolution du marketing digital ;
- Connaître les grandes étapes du marketing digital : attirer, retenir, convertir ;
- Comprendre comment le Big data sert la personnalisation en marketing digital ;
- Définir et mettre en pratique le webmarketing ;
- Utiliser les réseaux sociaux comme levier pour l'entreprise ;
- Mesurer et suivre la performance des actions en ligne.

DESCRIPTIF DU COURS

Retrouvez votre emploi du temps sur : <https://ent.uca.fr>
Retrouvez les coordonnées de votre secrétariat pédagogique : <https://lcc.uca.fr/lufr/services-administratifs>

Le marketing est aujourd'hui lié au digital : médias sociaux, contenus de marque, publicité en ligne,... sont des innovations qui ouvrent la voie à une communication interactive et personnalisée avec les internautes et mobinautes.

Ces outils sont dorénavant au cœur des stratégies de communication. La collecte et l'exploitation de données (big data) permet aujourd'hui aux entreprises de segmenter des profils de consommateurs afin d'acquérir une précision avant tout action (achat, vente, publicité), mais suscitent de nombreuses craintes et interrogations.

- Le marketing digital : Introduction et concepts clés, la stratégie digitale, modèles de stratégie (inbound, growth hacking)
- Web, SEO et SEA : Site internet (web, landing page, e-commerce, web-to-store, showrooming), référencement (moteur de recherche, SERP, SEA, SEO)
- Programmation, e-mail marketing, marketing mobile, marketing d'influence
- Les KPI - TD : définition d'une stratégie marketing digital et réalisation de productions

BIBLIOGRAPHIE / SITOGRAFIE

- G. Kawasaki, L'art des medias sociaux, 2015
- S. Godin, La vache pourpre, 2011
- L. Flores, Mesurer l'efficacité du marketing digital, 2016
- Y. Gourvenec, H. Kabla, la communication digitale expliquée à mon boss, Kawa, 2013
- Le Blog du modérateur : <https://www.blogdumoderateur.com/>