



Stratégie de marketing digital



Niveau d'étude
BAC +2



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

Contenus :

- Fondamentaux du web, éléments de diagnostic d'un site
- Acteurs de l'économie numérique
- Recontextualisation et enjeux de la transformation numérique
- Mécanismes de création de la valeur en ligne
- Système d'information et veille digitale
- Stratégie de visibilité d'une marque digitale
- Techniques digitales de base de création de trafic, de conversion et de fidélisation
- Indicateurs clés simples (Kpi)

Objectifs

- Identifier les spécificités du marketing digital et cerner les enjeux
- Adopter une posture adaptée au marketing digital
- Connaître et mobiliser des techniques simples en environnement digital



Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	11h
TP	Travaux Pratiques	4h

Modalités de contrôle des connaissances

Évaluation initiale / Session principale

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			4		