



# Stratégie social media et e-CRM



Niveau d'étude  
BAC +3



Composante  
Institut  
Universitaire de  
Technologie Le  
Creusot

## Présentation

---

### Description

- Utiliser les leviers opérationnels du marketing et de la communication digitale
  - Convertir les visiteurs en clients grâce au e-CRM
  - Concevoir et suivre les résultats d'une campagne de communication sur les réseaux sociaux
- 

### Objectifs

- Gestion des réseaux sociaux
  - Stratégie de communication digitale
  - E-CRM et fonctionnement de Social Ads
  - Technique d'élaboration d'une campagne d'e-mailing ou MD (SMS...) : recrutement de prospects, qualification de fichiers, construction de la campagne
  - Utilisation d'outils de routage professionnel, mesure du ROI (retour sur investissement)
  - Mettre en place des outils d'animation (jeu concours, etc.)
- 

### Heures d'enseignement

TD

Travaux Dirigés

16h

---

### 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  |                    |                   | 1.5                         |                                   |           |