

### Module : Web marketing

 Code .....  

Période

Semestre 9

Volume horaire

21H

ECTS

.....

Responsable

Oueslati Yosra

email

Oueslati.yosra3@yahoo.fr

Equipe pédagogique

#### 1. Objectifs de Module (Savoirs, aptitudes et compétences)

Ce module porte sur : comment définir, mettre en pratique et optimiser une stratégie marketing digitale

#### Acquis d'apprentissage :

A la fin de cet enseignement, l'élève sera capable de :

- Maîtriser, les concepts de base du marketing digital (**C8.3**)
- Maîtriser le référencement naturel et payant et optimiser un site web pour les moteurs de recherche et suivre les actions des internautes sur le site (**C7.2**)
- Comprendre le rôle des outils d'analyse de données numériques Google Analytics (**C8.2**)
- Auditer un site WEB (**C7.3**)
- Comprendre les principes de communication sur les réseaux sociaux (**C8.2**)

#### 2. Pré-requis (autres UE et compétences indispensables pour suivre l'UE concernée)

- Le module ne suppose pas des prérequis nécessaires toutefois une connaissance en marketing traditionnel serait un atout.

#### 3. Répartition d'Horaire de Module

Intitulé de l'élément d'enseignement	Total	Cours	TD	Atelier	PR
Module : Webmarketing	21H	15H		6H	

#### 4. Méthodes pédagogiques et moyens spécifiques au Module

(pédagogie d'enseignement, ouvrages de références, outils matériels et logiciels)

- Supports de Cours
- Projecteur et Tableau
- Travaux dirigés
- Logiciels de simulation : ADS, HFWorks, Quartus Altera, Modelsim, etc

#### Bibliographie

Titre	Auteur(s)	Edition
Webmarketing	Guillaume Eouzan Charlotte Michalon	ENI

	Kévin Bridier Arnaud Guissani Jérémis Dupuis	
Le grand livre du Marketing Digital	Rémy Marrone Claire Gallic	DUNOD
Publicité digitale	Maria-Mercanti-Guérin Michèle Vincent	DUNOD
Web Analytics	Avinash Kaushik	EYROLLES
Audit SEO	Jean-Marc Courtiade	ENI

5. Contenu (Descriptifs et plans des cours / Déroulement / Détail de l'évaluation de l'activité pratique)	Durée allouée	
<b>Module 1 : Webmarketing</b>		
<b>Séance 1</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Décrire l'évolution du Web.</li><li>• Définir le Marketing Digital</li><li>• Expliquer les différences entre le Marketing traditionnel et le marketing digital</li><li>• Identifier quelques exemples d'utilisation des nouvelles technologies par les entreprises</li><li>• Identifier les métiers en hausse dans la sphère du marketing digital</li></ul>	Cours	3H
<b>Séance 2</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Comprendre l'historique des moteurs de recherche.</li><li>• Identifier les différents algorithmes de Google</li><li>• Reconnaître les techniques de SEO</li><li>• Utiliser ces techniques sur des cas pratiques pour faire un audit</li></ul>	Cours	3H
<b>Séance 3</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Comprendre le rôle des mesures et de l'analytics</li><li>• Comprendre les KPI à utiliser pour les sites web</li><li>• Comprendre comment installer Google Analytics sur un site.</li><li>• Naviguer à travers les rapports de Google Analytics</li></ul>	Cours	3H
<b>Séance 4</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Etat des lieux du mobile et ses enjeux</li><li>• Comprendre les différents objectifs d'une stratégie mobile : communiquer, vendre ou fidéliser</li><li>• Comment promouvoir sa solution mobile : méthodes, outils, bonnes pratiques pour créer du trafic sur son application</li></ul>	Cours	3H
<b>Séance 5</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Comprendre les principes de base de communication professionnelle sur les réseaux sociaux</li><li>• Voir quelques exemples de communication de marque</li></ul>	Atelier	3H
<b>Séance 6</b>	Atelier	3H

- Passer le Certificat Google Analytics

**Séance 7**

- Réalisation d'un TD de révision

Cours

3H

**6. Mode d'évaluation de Module**(nombre, types et pondération des contrôles)

Eléments d'enseignement	Coeff	DS	EX	TP	PR
Module - Webmarketing	02		60%		40%