

PRÉSENTATION

Dans un monde économique connaissant une mutation profonde liée à la digitalisation, l'entreprise doit optimiser sa présence sur le web.

Il est important de :

- Comprendre l'évolution du comportement du consommateur connecté dont le parcours client a subi de profondes transformations,
- Maîtriser les fondamentaux du marketing digital pour développer les stratégies digitales pertinentes et choisir les bons leviers à adopter pour optimiser la présence de son entreprise sur internet,
- Choisir les bons prestataires et outils en lien avec ses problématiques d'entreprise.

OBJECTIFS

Il s'agit d'acquérir toutes les compétences nécessaires pour déployer et optimiser une stratégie de marketing digital :

- Développer une démarche de marketing stratégique adaptée aux enjeux et objectifs digitaux de l'entreprise,
- Maîtriser techniquement les principaux outils du marketing digital et choisir les outils les plus adaptés,
- Décliner les stratégies en plans d'action cohérents, intégrant les outils du web, mises en oeuvre.

CONTENU détaillé au verso

TÉMOIGNAGE



« La formation du DU Marketing Digital a été plus qu'enrichissante ! Comprendre le comportement des internautes, apprendre à piloter, mettre en œuvre et évaluer une stratégie marketing sur le web sont aujourd'hui incontournables. En conjuguant théorie et pratique, les enseignements permettent d'acquérir des connaissances que nous testons immédiatement à travers des outils devenus essentiels. L'inbound marketing, les CMS, l'emailing, les réseaux sociaux et les applis mobiles n'ont

(presque) plus de secret pour nous... »

Alexandra COURCOL, stagiaire promotion 2017

CONDITIONS D'ADMISSION

- Dossier de candidature à télécharger sur : <http://www.univ-larochelle.fr/Diplomes-d-Universite>
- Entretien physique ou téléphonique avec le responsable pédagogique
- Sélection des dossiers en commission pédagogique



PUBLIC

Le diplôme d'Université « Marketing Digital » est réservé aux candidats relevant de la formation continue, et plus particulièrement aux :

- Chefs d'entreprise ou managers de TPE/PME/PMI (tout secteur d'activité),
- Professionnel-le-s du marketing, du commercial ou de la communication : responsable marketing PME/PMI, chef de produit, chargé-e de communication



PRÉ REQUIS

- Avoir un projet professionnel cohérent avec les objectifs de la formation,
- Être titulaire d'un Bac +3, de préférence dans le domaine de la gestion, du marketing, de la communication,
- À défaut d'un titre Bac +3, un avis pédagogique favorable peut être attribué après aval du responsable pédagogique,
- Connaissances fondamentales en marketing.



DATES, DURÉE ET TARIFS

- Janvier à Juin 2018
- 144 heures réparties sur 3 jours de formation par mois pendant 6 mois
- Tarif : 4 500 € net de taxes *
- * Possibilité de suivre un ou plusieurs modules
Tarif par module : 950 € net de taxes



LIEU DE FORMATION

IAE - École universitaire du Management - Université de La Rochelle



ORGANISATION

Les enseignements sont organisés en 4 modules répartis sur une durée de 6 mois pour permettre aux participants de mener conjointement activité professionnelle et formation.

CONTENU



Module 1 : Stratégie digitale et technologies (20 h)

17 - 18 - 19 janvier 2018 *

- Organisation des systèmes d'information (architecture et inter-opérabilité des systèmes...)
- Technologies du web (diffusion web, protocoles, langages du web - HTML5 - CSS - Javascript, les CMS, le web responsive, tendances du web).
- Business intelligence et technologie (acquisition de données, transformation des données, outils de web analytics, web adaptatif)
- Contractualiser son développement numérique (rédaction du cahier des charges et de sa spécification, approche agile)

Module 2 : Les leviers de la visibilité (20 h)

14 - 15 - 16 février 2018 *

- Les différents leviers : SEO, SEA, display, affiliation, (e-mailing), retargeting, vidéo
- Connaître leurs atouts et conditions d'efficacité
- Les différents modèles économiques (CPM, CPA, CPV ...)
- Les indicateurs d'efficacité (tableaux de bord et KPI)

Module 3 : Fidéliser et améliorer la valeur client (20 h)

21 - 22 - 23 mars 2018 *

- Web conversion et Expérience utilisateur
- Digital brand content
- Web-testing (Tests A/B, test multivariés, les outils)
- Web Analytics (KPI, tunnels de conversion)
- Les enquêtes de satisfaction et les jeux en ligne

Module 4 : E-mail marketing (20 h)

25 - 26 - 27 avril 2018 *

- Chiffres clés et objectifs
- E-mailing de conquête / e-mailing de fidélisation
- La délivrabilité
- Plateformes et BDD

Module 5 : Community management (20 h)

23 - 24 - 25 mai 2018 *

- Chiffres clés
- Objectifs et enjeux
- Les principaux outils du Web social
- La stratégie « social media » et les principaux KPIs
- Le Community Management

Module 6 : Marketing mobile (20h)

20 - 21 - 22 juin 2018 *

- Chiffres clés et enjeux
- Les objectifs marketing d'une présence sur mobile
- L'écosystème de développement mobile (enjeux et contraintes, frameworks, stores, web mobile).
- Objets connectés et technologies mobiles
- Les outils de marketing mobile
- L'expérience utilisateur mobile
- Perspectives et nouvelles tendances

* Dates sous réserve de confirmation



À NOTER

Possibilité de suivre indépendamment un ou plusieurs modules (nous consulter)

Module 7 : Cas réel et mémoire professionnel (24 h)

Ce module est réparti sur les 6 sessions à raison de 4 heures par session le vendredi après-midi. Rendu de mémoire le 30 juin et soutenance le 5 et/ou 6 juillet 2018.



INTERVENANT·E-S

Florence Euzéby - Maître de conférences spécialisée en marketing digital et responsable pédagogique du Diplôme d'Université Marketing digital - IAE La Rochelle

Jeanne Lallement - Maître de conférences spécialisée en marketing digital - IUT La Rochelle

Olivier Lallement - Maître de conférences spécialisé en marketing digital - IUT La Rochelle

Sarah Machat - Maître de conférences spécialisée en marketing digital - IUT La Rochelle

Armelle Prigent - Maître de conférences en Informatique - UFR Sciences

L'ensemble de ces personnes intervient dans le Master «Marketing des services» de l'IAE La Rochelle



CONTACTS

INGÉNIERIE - ADMINISTRATIF - FINANCIER

Pôle Formation continue

2 passage Jacqueline de Romilly - 17000 La Rochelle
Face à la Maison de l'Étudiant - Parvis de la BU

Tél. : +33 (0)5 16 49 65 18

✉ formationcontinue@univ-lr.fr

Nous écrire :

Université de La Rochelle - Pôle Formation continue
23, Avenue Albert Einstein - BP 33060
17031 LA ROCHELLE

www.univ-larochelle.fr/formation-professionnelle-continue

PÉDAGOGIQUE

IAE : École Universitaire de Management

Florence EUZEBY

39 rue Vaux de Foletier - 17000 La Rochelle

Tél. : +33 (0)5 46 50 76 00

✉ florence.euzeby@univ-lr.fr

