

Diplôme d'Université

Marketing digital



OBJECTIF GÉNÉRAL

Acquérir les fondamentaux du marketing digital pour s'adapter aux enjeux du parcours client transformé par l'évolution du comportement du consommateur connecté.

COMPÉTENCES VISÉES

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de

- Déployer et optimiser une stratégie de marketing digital adaptée aux enjeux et objectifs de l'entreprise,
- Décliner la stratégie en plans d'action cohérents,
- Choisir les bons outils à adopter pour optimiser la présence de son entreprise sur internet,
- Maîtriser techniquement les principaux outils du marketing digital,
- Choisir les bons prestataires en lien avec ses problématiques d'entreprise.

CONDITIONS D'ADMISSION



- 1 - [Dossier de candidature à télécharger](#)
- 2 - Entretien physique ou téléphonique avec le responsable pédagogique
- 3 - Sélection des dossiers en commission pédagogique

INFOS



PUBLICS

- Chefs d'entreprise ou managers de TPE/PME/PMI (tout secteur d'activité),
- Professionnelle-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.



DURÉE

- 144 heures (hors soutenance) réparties sur 3 jours de formation par mois pendant 6 mois



DATES

10 mars au 5 novembre 2021



TARIFS

- Tarif : 4 100 € net de taxes *
- * Possibilité de suivre un ou plusieurs modules
Tarif par module : 950 € net de taxes



LIEU DE FORMATION

La Rochelle Université
IAE - École universitaire du Management

ORGANISATION

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

CONTENU

Dates

Module 1 : Les leviers de la visibilité (20 h)

10 - 11 - 12 mars 2021

- 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 2 : Fidéliser et améliorer la valeur client (20 h)

7 - 8 - 9 avril 2021

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

Module 3 : Stratégie digitale et technologies (20 h)

5 - 6 - 7 mai 2021

- 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 4 : Marketing mobile (20h)

9 - 10 - 11 juin 2021

- 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

Module 5 : Community management (20 h)

8 - 9 - 10 septembre 2021

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

Module 6 : E-mail marketing (20 h)

6 - 7 - 8 octobre 2021

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

Cas réel et mémoire professionnel (24 h)

À raison de 4 heures par session le vendredi après-midi

Réparti sur les 6 sessions

Soutenance de mémoire

5 novembre 2021



À NOTER

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



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 - Faculté Sciences et Technologies

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



CONTACTS

INGÉNIERIE - ADMINISTRATIF - FINANCIER

La Rochelle Université - Pôle Formation continue

05 46 45 72 79

formationcontinue@univ-lr.fr

Nous rencontrer : 2, Passage Jacqueline de Romilly
17000 La Rochelle (Face à la Maison de l'Étudiant - Parvis de la BU)

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

N° Siret : 19170032700189 - Code APE : 8412Z - N° de déclaration d'activité : 5417P001817

PÉDAGOGIE

IAE - École Universitaire de Management

Florence EUZEBY

39 rue Vaux de Foletier - 17000 La Rochelle

Tél. : 05 46 50 76 00

florence.euzeby@univ-lr.fr



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

MAJ 15/10/2020