

FORMATION CONTINUE

# Diplôme d'Université

## Marketing et Stratégie Digitale

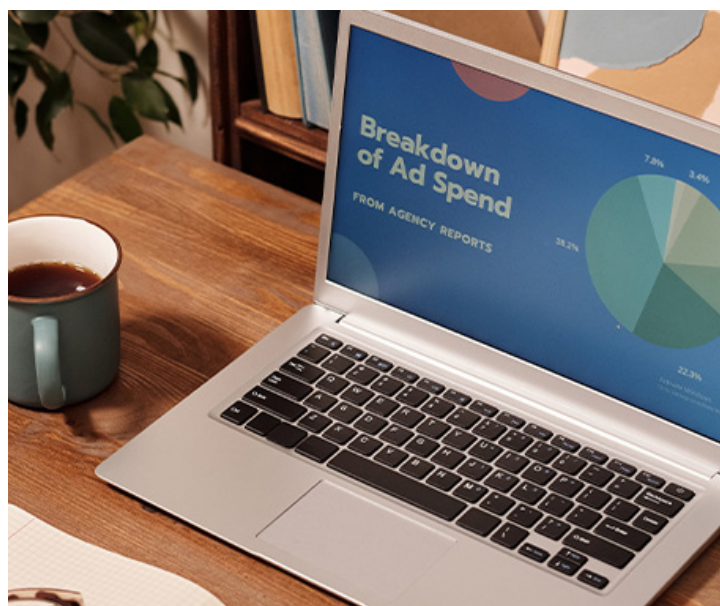
### Accompagner la digitalisation de votre projet

#### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Organiser une stratégie marketing pour optimiser la présence de son entreprise sur l'ensemble des canaux digitaux afin de cibler, conquérir et fidéliser une clientèle.

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Analyser le marché grâce à une veille stratégique
- Concevoir une stratégie marketing digitale
- Choisir les outils appropriés
- Manager et animer les acteurs dans un souci éthique



#### INFORMATIONS

##### » PUBLICS

Cette formation s'adresse à tous publics : salariés en CDD/CDI, intérimaires, demandeurs d'emploi, personnes en reconversion.

Toute personne qui souhaite communiquer sur son activité, attirer de nouveaux clients, présenter des offres et mettre en avant des contenus.

*Formation accessible aux personnes en situation de handicap*  
Contacter le référent handicap de La Rochelle Université :  
[handicap@univ-lr.fr](mailto:handicap@univ-lr.fr) ou +33(0)5 46 45 72 51.

##### » DURÉE, RYTHME ET ORGANISATION

147 heures (21 jours) + une journée de soutenance

La formation se déroule sur 9 mois à raison de 7 regroupements de 3 jours par mois.

##### » PRÉREQUIS

Être titulaire d'un diplôme en marketing de niveau 6 de préférence dans le domaine du marketing, de la gestion ou de la communication.

À défaut d'un diplôme de niveau 6, une expérience professionnelle de plus de 3 ans dans le domaine du marketing, de la gestion ou de la communication.

Avoir un projet professionnel en cohérence avec les objectifs de la formation et posséder des connaissances de l'outil informatique, ainsi que des pratiques du web.

##### » TARIF

4500€ net de taxes.

Cette formation est finançable par le [CPF](#).

*Sous réserve de validation du CA de La Rochelle Université.*

*Le prix n'inclut ni la restauration, ni l'hébergement.*



## CONTENU DE LA FORMATION

### Module 1 : analyser le marché

- Les outils de diagnostic
- Les évolutions du digital
- Les outils collaboratifs et le reporting interne

### Module 2 : concevoir une stratégie marketing appliquée au digital

- Les objectifs, cible et positionnement
- Conquête et fidélisation du client
- Écoute du client et respect des données personnelles

### Module 3 : concevoir une stratégie de contenu

- Stratégie de contenu adaptée
- Optimisation du trafic
- Référencement (SEM)

### Module 4 : concevoir des interfaces utilisateurs

- Son projet internet
- Technologies du web
- Contractualisation du développement numérique

### Module 5 : concevoir une politique éditoriale

- Stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux

### Module 6 : concevoir un programme de fidélité et d'emailing

- Définition des actes de fidélisation
- Proposition d'une campagne de fidélisation

### Module 7 : concevoir une stratégie mobile

- Définition d'une stratégie mobile
- Connaissance de l'éco-système mobile
- Adaptation de la stratégie à l'expérience mobile de l'utilisateur

## MÉTHODES MOBILISÉES

- Formation en présentiel
- Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation
- Documents supports de formation projetés
- Diagnostic et synthèse professionnelle en fil rouge de la formation
- Mise à disposition en ligne de documents supports sur la plateforme Moodle

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Contrôle continu
- Rédaction d'un mémoire professionnel et soutenance devant un jury
- Formulaire d'évaluation de la formation

## MODALITÉS D'INSCRIPTION ET DÉLAIS D'ACCÈS

- Inscription via Démarches simplifiées
- Sélection des dossiers en commission pédagogique

**TAUX DE  
RÉUSSITE**

Première  
session

**La Rochelle Université**  
Pôle Formation Continue  
[formationcontinue@univ-lr.fr](mailto:formationcontinue@univ-lr.fr)

05 16 49 65 18

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



MAJ : 02/05/2022