

Stratégie digitale, Inbound marketing & IA (intelligence artificielle)

Infos pratiques

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 35,0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > En savoir plus : www.simon-marketing.fr <http://www.simon-marketing.fr>

Présentation

- Concevoir une stratégie de marketing digital
- La leçon du marketing direct au digital
- Auditer un site Web
- UX Design et performance web
- Rédiger pour le web
- L'inbound marketing et le brand content
- L'email marketing
- Le référencement naturel (SEO)
- Le référencement payant (SEA)
- Les stratégies Social Media (Facebook, Instagram, Twitter)
- Mettre en œuvre une stratégie de marketing digital
- Introduction au neuromarketing appliqué au digital
- Apports et enjeux de l'IA

Objectifs

Ce cours a pour objectif de présenter les principes clés de la stratégie digitale, l'inbound marketing et le brand content et d'introduire les apports et enjeux de l'IA.

Évaluation

Session 1 : contrôle continu

Session 2 : devoir sur table ou QCM

Compétences visées

- Savoir évaluer les performances d'un site web
- Identifier les facteurs clés de succès d'un site Internet
- Créer une arborescence de sites web
- Créer un design de home page et landing page (introduction à l'UX Design)
- Créer un emailing
- Savoir rédiger un post
- Créer une campagne SEO
- Identifier des mots clés pertinents
- Créer une campagne Adwords
- Construire des annonces Adwords
- Créer une campagne Social Ads
- Maîtriser le vocabulaire digital
- Comprendre l'IA

Bibliographie

- La boîte à outils de la Stratégie digitale omnicanale, Dunod
- La boîte à outils du Marketing digital, Dunod
- Marketing digital, Pearson