

Marketing digital

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +3
- > Période de l'année : Enseignement cinquième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E5G5071

Présentation

Ce cours permet de comprendre les évolutions technologiques qui ont révolutionné les entreprises et leurs environnements. Il est conçu pour donner aux étudiants les connaissances théoriques et pratiques nécessaires pour apprécier les différents types d'outils du marketing digital. Il vise également à comprendre comment le marketing digital est appliqué par les entreprises en s'appuyant sur des études de cas.

Objectifs

- * Comprendre les opportunités et les défis du marketing digital.
- * Expliquer les différents outils digitaux.
- * Identifier les synergies entre marketing, Internet et mobile.

Évaluation

Session 1 : examen final (écrit ou QCM) : 100%

Session 2 : examen écrit ou QCM

Pré-requis nécessaires

Marketing fondamental

Bibliographie

En français :

- * Armstrong G. et Kotler P. (2019), Principes de marketing. Pearson (14^{ème} édition)
- * Baynast, Lendrevie et Lévy (2021), Mercator (13^{ème} édition)
- * Helfer J-P, Orsoni J. et Sabri O. (2020), Marketing. Vuibert (15^{ème} édition)
- * Kotler, Keller, Manceau et Hemonnet (2019), Marketing Management. Pearson.
- * Soulez S. (2020), Le marketing. Gualino (9ème édition)

En anglais :

- * Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2019), Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 7th edition, Pearson Education Limited .
- * Charlesworth A. (2021), Absolute Essentials of Digital Marketing, Routledge Focus.
- * Charlesworth A. (2018), Digital Marketing, A practical Approach, Routledge Focus, Third Edition
- * Hanlon A. (2019), Digital Marketing, Strategic planning & Integration, Sage.
- * Kotler M., Cao T., Wang S. & Qiao C. (2020), Marketing Strategy in the Digital Age, Applying Kotler's Strategies to Digital Marketing, Word Scientific.
- * Rogers J. (2021), The Digital Marketing Landscape, Creating a Synergistic Consumer Experience, Business Expert Press.