

# Stratégie de communication digitale (contenu, community management...)

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 24,0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Pôle Universitaire Léonard de Vinci
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

## Présentation

---

La création de contenus constitue aujourd'hui l'une des activités stratégiques pour les entreprises qui souhaitent se développer. Ces contenus sont en général publiés sur des plateformes web (via des systèmes de gestion de contenus) tandis que leur diffusion et leur promotion sont assurées par l'intermédiaire de réseaux sociaux.

Cet enseignement abordera l'articulation de ces deux activités : d'une part les bonnes pratiques rédactionnelles et les éléments clés des stratégies d'optimisation de contenus, d'autre part les bases du Community management qui prend en charge l'ensemble des actions sur le *web* qui permettent de fédérer une communauté autour d'une marque ou d'une entreprise.

## Objectifs

---

Présenter les enjeux d'une stratégie de communication digitale

Présenter les différents types de réseaux sociaux

Envisager l'articulation entre contenu *web* et réseaux sociaux

Présenter les stratégies de communication

## Évaluation

---

Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes) - ! cette formule ne prévoit pas d'épreuve en session 2 mais une 2<sup>ème</sup> chance organisée sur la période du semestre

## Pré-requis nécessaires

---

Comprendre le français

Savoir écrire le français

Savoir manipuler les formats *web* (html, css)

Appétence pour les outils digitaux

## Compétences visées

---

Écrire sur le web

Mettre en place une stratégie de contenu

Développer un plan de communication

Mettre en place une stratégie de communication adapté aux réseaux sociaux

Mesurer une audience, de fréquentations et des flux

## Bibliographie

---

Guével M. ; Bo D., *Brand content*, Dunod, 2009

Demange E., *Stratégie de contenu e-commerce*, Eyrolles, 2017

[Pellerin C., \*La boîte à outils du Community Manager - 2ed.\*, Dunod, 2019](#)

## Ressources pédagogiques

---

Information à venir

# Contact(s)

## > Gerald Peoux

Responsable pédagogique  
gpeoux@parisnanterre.fr