Stratégie digitale, Inbound marketing & IA (intelligence artificielle)

Infos pratiques

> **ECTS** : 3.0
> **Nombre d'heures** : 30.0
> **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