

Diplôme d'Université Marketing digital



OBJECTIF GÉNÉRAL

Transmettre aux professionnels les fondamentaux du marketing digital pour s'adapter aux enjeux d'un parcours client profondément transformé par l'évolution du comportement du consommateur connecté.

COMPÉTENCES VISÉES

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de :

- Déployer et optimiser une stratégie de marketing digital adaptée aux enjeux et objectifs de l'entreprise,
- Décliner la stratégie en plans d'action cohérents,
- Choisir les bons outils à adopter pour optimiser la présence de son entreprise sur internet,
- Maîtriser techniquement les principaux outils du marketing digital,
- Choisir les bons prestataires en lien avec ses problématiques d'entreprise.

CONDITIONS D'ADMISSION



- 1 - [Dossier de candidature à télécharger](#)
- 2 - Entretien physique ou téléphonique avec le responsable pédagogique
- 3 - Sélection des dossiers en commission pédagogique

INFOS



PUBLICS

- Chefs d'entreprise ou managers de TPE/PME/PMI (tout secteur d'activité),
- Professionnelle-s du marketing, du commercial ou de la communication : responsable marketing PME/PMI, chef de produit, chargé-e de communication



PRÉ REQUIS

- Avoir un projet professionnel cohérent avec les objectifs de la formation,
- Être titulaire d'un Bac +3, de préférence dans le domaine de la gestion, du marketing, de la communication,
- À défaut d'un titre Bac +3, un avis pédagogique favorable peut être attribué après aval du responsable pédagogique,
- Connaissances fondamentales en marketing.



DURÉE

- 148 heures réparties sur 3 jours de formation par mois pendant 6 mois



DATES

29 janvier au 3 juillet 2020



TARIFS

- Tarif : 4 100 € net de taxes *
- * Possibilité de suivre un ou plusieurs modules
Tarif par module : 950 € net de taxes



LIEU DE FORMATION

La Rochelle Université
IAE - École universitaire du Management

ORGANISATION

Les enseignements sont organisés en 6 modules répartis sur une durée de 6 mois pour permettre aux participants de mener conjointement activité professionnelle et formation.

CONTENU

Dates



Module 1 : Les leviers de la visibilité (20 h)

29 - 30 - 31 janvier 2020

- Les différents leviers : SEO, SEA, display, affiliation, (e-mailing), retargeting, vidéo
- Connaître leurs atouts et conditions d'efficacité
- Les différents modèles économiques (CPM, CPA, CPV ...)
- Les indicateurs d'efficacité (tableaux de bord et KPI)

Module 2 : Fidéliser et améliorer la valeur client (20 h)

26 - 27 - 28 février 2020

- Web conversion et Expérience utilisateur
- Digital brand content
- Web-testing (Tests A/B, test multivariables, les outils)
- Web Analytics (KPI, tunnels de conversion)
- Les enquêtes de satisfaction et les jeux en ligne

Module 3 : Stratégie digitale et technologies (20 h)

25 - 26 - 27 mars 2020

- Organisation des systèmes d'information (architecture et inter-opérabilité des systèmes...)
- Technologies du web (diffusion web, protocoles, langages du web - HTML5 - CSS - Javascript, les CMS, le web responsive, tendances du web).
- Business intelligence et technologie (acquisition de données, transformation des données, outils de web analytics, web adaptatif)
- Contractualiser son développement numérique (rédaction du cahier des charges et de sa spécification, approche agile)

Module 4 : E-mail marketing (20 h)

22 - 23 - 24 avril 2020

- Chiffres clés et objectifs
- E-mailing de conquête / e-mailing de fidélisation
- La délivrabilité
- Plateformes et BDD

Module 5 : Community management (20 h)

27 - 28 - 29 mai 2020

- Chiffres clés
- Objectifs et enjeux
- Les principaux outils du Web social
- La stratégie « social media » et les principaux KPIs
- Le Community Management

Module 6 : Marketing mobile (20h)

24 - 25 - 26 juin 2020

- Chiffres clés et enjeux
- Les objectifs marketing d'une présence sur mobile
- L'écosystème de développement mobile (enjeux et contraintes, frameworks, stores, web mobile).
- Objets connectés et technologies mobiles
- Les outils de marketing mobile
- L'expérience utilisateur mobile
- Perspectives et nouvelles tendances

Module 7 : Cas réel et mémoire professionnel (28 h)

Ce module est réparti sur les 6 sessions à raison de 4 heures par session le vendredi après-midi (24h)
Rendu de mémoire fin juin et soutenance **2 et 3 juillet 2020** (4h)



À NOTER

Possibilité de suivre indépendamment un ou plusieurs modules (nous consulter)



INTERVENANT·E·S

Florence Euzéby - Maître de conférences spécialisée en marketing digital et responsable pédagogique du Diplôme d'Université Marketing digital - IAE La Rochelle

Jeanne Lallement - Maître de conférences spécialisée en marketing digital - IUT La Rochelle

Olivier Lallement - Maître de conférences spécialisé en marketing digital - IUT La Rochelle

Sarah Machat - Maître de conférences spécialisée en marketing digital - IUT La Rochelle

Armelle Prigent - Maître de conférences en Informatique - Faculté Sciences et Technologies

L'ensemble de ces personnes interviennent dans le Master «Marketing des services» de l'IAE La Rochelle - La Rochelle Université

CONTACTS

INGÉNIERIE - ADMINISTRATIF - FINANCIER

La Rochelle Université - Pôle Formation continue

05 16 49 65 18

formationcontinue@univ-lr.fr

Nous rencontrer : 2, Passage Jacqueline de Romilly
17000 La Rochelle (Face à la Maison de l'Étudiant - Parvis de la BU)

Nous écrire : La Rochelle Université - Pôle Formation continue
23, Avenue Albert Einstein - BP 33060 - 17031 LA ROCHELLE

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

PÉDAGOGIQUE

IAE - École Universitaire de Management

Florence EUZEBY

39 rue Vaux de Foletier - 17000 La Rochelle

Tél. : 05 46 50 76 00

florence.euzeby@univ-lr.fr



univ-larochelle.fr/formation/formation-continue/

MAJ 20/06/2019