

Introduction au marketing digital

Code matière : 06240640

Diplôme principal : Diplôme principal : **Master 1 COMET**

Commercialisation et Marketing dans l'Entreprise en Transition

Autre.s diplôme.s : ***

Semestre **N°4**

Volume horaire :

CM : 20

TD : ***

3 Crédits ECTS

Enseignant.e responsable : **Mélody ROUSSET**

Intervenant.e.s

Mélody ROUSSET

Langue.s d'enseignement : Français

RESUME DU COURS

Ce cours explore les fondamentaux du marketing. Il couvre les 10 P du marketing, les étapes stratégiques, et les outils indispensables tels que le SEO, SEA, SMO, e-mailing, display, retargeting, RTB, affiliation et native advertising, les réseaux sociaux, le marketing opérationnel... Les étudiants développeront une approche stratégique et opérationnelle complète pour piloter des campagnes adaptées aux enjeux actuels.

DIMENSION DE RESPONSABILITE SOCIALE (LE CAS ECHEANT)

Éthique et transparence : Utiliser les outils digitaux (SEO, SEA, e-mailing, etc.) en respectant la vie privée et les données personnelles des consommateurs.

Engagement environnemental : Optimiser les campagnes digitales pour limiter les coûts et l'impact énergétique (réduction des impressions inutiles, ciblage précis).

Inclusion sociale : Proposer des campagnes qui valorisent la diversité et l'accessibilité, notamment via des contenus adaptés et inclusifs.

CONNAISSANCES ET COMPETENCES CIBLES

Élaborer une stratégie marketing intégrant des outils digitaux.

Concevoir et piloter des campagnes multi-canaux.

Analyser les performances d'une campagne et proposer des axes d'amélioration.

Intégrer des solutions digitales dans le parcours client physique.

MODALITES D'EVALUATION

Note individuelle : QCM de 20 questions /20 points.

Interrogation écrite : Oui sur feuille

Autre(s) notation(s)

Mode d'évaluation : Oral

Durée : 15/20 min En groupe : Oui

Nature de l'épreuve : Soutenance orale note /20 points

2 notes dont au moins 1 individuelle (les 2 peuvent être individuelles). Modalités de notation à l'appréciation de l'enseignant : travail personnel ou de groupe sur l'entreprise d'alternance, études de cas, exercices, oraux, travail à partir d'une commande réelle d'une entreprise....

MODALITES PEDAGOGIQUES

NATURE DES SUPPORTS

Ordinateur

PRE-REQUIS EN TERMES DE CONNAISSANCES ET COMPETENCES

Connaissances de base en marketing.

Maîtrise des outils bureautiques et d'une plateforme analytique comme Google Analytics.

Intérêt pour les évolutions digitales et les nouvelles tendances du commerce connecté.

PLAN DE COURS

1. Introduction aux fondamentaux du marketing

- Les 10 P du marketing
- Tendances et rapport de REECH 2025

2. Les étapes d'une stratégie marketing

- Analyse : Audit interne/externe, SWOT, segmentation.
- Définition des objectifs (SMART).
- Élaboration de la stratégie (positionnement, cibles, persona).
- Choix des canaux et outils.
- Mise en œuvre et suivi des résultats (KPIs).

3. SEO, SEA et SMO : optimiser sa visibilité en ligne

- SEO : Améliorer le référencement naturel contenu, mots-clés, backlinks, UX.
- SEA : Publicité sur les moteurs de recherche Google Ads, enchères, ROI.
- SMO : Optimiser les interactions sur les réseaux sociaux.

4. Outils digitaux pour atteindre ses cibles

- E-mailing.
- Display et retargeting.
- RTB.
- Affiliation.
- Native advertising.

5. Réseaux sociaux : pilier de la stratégie digitale

- Rôle des plateformes Instagram, LinkedIn, TikTok.
- Formats populaires stories, Reels, vidéos longues.
- Création de contenu engageant et gestion de communauté.

6. Marketing opérationnel : actions concrètes

- E-mailing : Newsletters, campagnes promotionnelles, taux d'ouverture.
- Pages stratégiques d'un site marchand.
- Page d'accueil, fiches produits, tunnel de conversion.
- A/B Testing.

7. Digitalisation du point de vente

- Outils digitaux en magasin : bornes interactives, QR codes, paiements dématérialisés.
- Expérience client omnicanale : intégration du digital au parcours physique.
- Exemple : Click-and-collect et réalité augmentée.

BIBLIOGRAPHIE DE BASE

OUVRAGES ET PUBLICATIONS DE REFERENCE :

Le Grand Livre du Marketing Digital – Rémy Marrone – DUNOD – 2018

Marketing digital- dave chaffey – fiona ellis Chadwick - 2019

<https://www.hubspot.fr/>

<https://www.e-marketing.fr/>

<https://www.ladn.eu/>

<https://www.strategies.fr/>

<https://fr.fashionnetwork.com/>

<https://www.thegoodgoods.fr/>

<https://jai-un-pote-dans-la.com/>