



DIPLÔME D'UNIVERSITÉ MARKETING ET STRATÉGIE DIGITALE

CARTE D'IDENTITÉ

> Domaine : Droit, Économie, Gestion
> [En formation continue](#)

> 1 année
>  La Rochelle

CANDIDATER

<https://www.univ-larochelle.fr/contact/?contact=32>

CONTACT

IAE La Rochelle
39 rue François de Vaux De Foletier
17024 La Rochelle cedex 1
Web : <https://iae.univ-larochelle.fr/>
Courriel : contact_iae@univ-lr.fr

OBJECTIFS

> Le mot du responsable

“ Dans un monde économique connaissant une mutation profonde liée à la digitalisation, l'entreprise doit optimiser sa présence sur le web.

Il est important de :

- Comprendre l'évolution du comportement du consommateur connecté dont le parcours client a subi de profondes transformations,
- Maîtriser les fondamentaux du marketing digital pour développer les stratégies digitales pertinentes et choisir les bons leviers à adopter pour optimiser la présence de son entreprise sur internet,
- Choisir les bons prestataires et outils en lien avec ses problématiques d'entreprise.

À l'issue de la formation, vous saurez :

- Développer une démarche de marketing stratégique adaptée aux enjeux et objectifs digitaux de l'entreprise,
- Maîtriser techniquement les principaux outils du marketing digital et choisir les outils les plus adaptés,
- Décliner les stratégies en plans d'action cohérents, intégrant les outils du web, mises en oeuvre.



Jeanne Lallement

✓ ADMISSION

> Votre profil

PUBLIC

- Chefs d'entreprise ou managers de TPE/PME/PMI (tout secteur d'activité),
- Professionnel·le·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.

> Comment candidater ?

- [Candidature en ligne](#)
- Un entretien physique ou téléphonique peut être proposé avec le responsable de formation
- Sélection des dossiers par une commission pédagogique
- Si avis favorable, se rapprocher du Pôle Formation continue pour le montage administratif et financier (coordonnées indiquées sur le dossier)

PROGRAMME

Module 1 : Stratégie digitale et technologies (20 h)

- 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 2 : Les leviers de la visibilité (20 h)

- 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 3 : Fidéliser et améliorer la valeur client (20 h)

- 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 4 : E-mail marketing (20 h)

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

Module 5 : Community management (20 h)

- 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)

- 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 (24 h)

- Ce module est réparti sur les 6 sessions à raison de 4 heures par session
- Rendu de mémoire et soutenance en fin de formation

À NOTER :

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

> Interaction avec le monde professionnel

Maîtres de conférences spécialisés en marketing digital et informatique à l'Université de La Rochelle.

ET APRÈS

> Poursuite d'études

Au sein de l'établissement, après validation d'études :

Master Marketing, vente parcours Marketing digital

> Secteurs d'activité

- Banque, assurance
- Commerce, distribution
- Communication, médias
- Gestion, management des entreprises, comptabilité
- Informatique, Web, images, télécommunications
- Marketing
- Tourisme

> Métiers

- Chargé-e de communication / webmarketing
- Chargé-e de mission marketing
- Responsable marketing digital
- Responsable marketing Internet

Informations présentées sous réserve de modifications

fichier généré le 11 juillet 2023 09h22min