

Ressource R3.MDEE.15 : Stratégie de marketing digital

Parcours : MDEE **Heures :** 13 heures dont 4 heures de TP

Descriptif

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Identifier les spécificités du marketing digital et cerner les enjeux
- Adopter une posture adaptée au marketing digital
- Connaître et mobiliser des techniques simples en environnement digital

Contenus :

- Fondamentaux du web, éléments de diagnostic d'un site
- Acteurs de l'économie numérique
- Recontextualisation et enjeux de la transformation numérique
- Mécanismes de création de la valeur en ligne
- Système d'information et veille digitale
- Stratégie de visibilité d'une marque digitale
- Techniques digitales de base de création de trafic, de conversion et de fidélisation
- Indicateurs clés simples (Kpi)

Mots clés : Stratégie digitale – veille digitale – indicateur – audit – e-commerce

Contenu Pédagogique

Compétences Ciblées

Gérer une activité digitale

Apprentissages Critiques Liés

- AC24.02MDEE
- AC24.03MDEE
- AC24.01MDEE
- AC24.04MDEE
- AC24.05MDEE

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET
Secrétariat

Caroline MILCENT-MONTIER
Sylvie LEBER

Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr
iut-sec-tc@univ-lehavre.fr

Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr
Directrice des études BUT 2 – sylvie.leber@univ-lehavre.fr