

Ressource R3.03 : Principes de la communication digitale

Parcours : SME Heures : 18 heures

Descriptif

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Connaître l'environnement de la communication digitale
- Élaborer une stratégie de communication digitale
- Créer du contenu adapté aux médias digitaux
- Mesurer les résultats

Mots clés : Communication – médias sociaux – gestion de contenus

Contenu Pédagogique

- Stratégie de communication digitale : axe de communication, objectifs de communication et cible(s)
- Panorama des médias/réseaux digitaux et sociaux : points forts et points faibles des différents réseaux sociaux / choix

les médias sociaux adaptés aux besoins de l'entreprise

- Parcours de communication digitale : principe de conversion (entonnoir « funnel ») de visiteur à client fidèle
- Création, gestion et planification des publications dans le respect d'une ligne éditoriale
- Création et gestion de contenus d'un site web en adéquation avec la stratégie
- Gestion des influenceurs
- Analyse de la performance : e-reputation

Compétences Ciblées

Communiquer l'offre commerciale

Apprentissages Critiques Liés

- AC23.04
- AC23.01

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
---	---