

Web Marketing

■ FINALITÉ

Maîtriser les nouveaux savoirs issus du web pour évoluer dans les fonctions marketing des entreprises click & mortar (sociétés présentes à la fois sur le web et dans l'économie traditionnelle).

■ PUBLIC

Etudiants ayant des connaissances de base en marketing, titulaires dans ce domaine de maîtrises ou masters (ou DEA, DESS) universitaires (AES, MSG...). Diplômés d'écoles d'ingénieurs, d'écoles de commerce, de management ou d'un IUP. Une connaissance approfondie de l'informatique n'est pas nécessaire.

■ MÉTIERS VISÉS

Directions marketing et directions générales des entreprises de l'économie on-line (Trafic managers, responsables affiliation, consultant media on-line, chargé de référencement).



■ OBJECTIFS

Ce troisième cycle a pour objectif de former des personnes capables :

- de maîtriser les différentes fonctions liées au management général d'une entreprise,
- d'analyser une situation professionnelle pour bâtir une stratégie de développement faisant appel au marketing du web.
- de mettre en œuvre un plan d'action intégrant des moyens de communication on-line et off-line,
- de maîtriser les nouveaux outils liés aux métiers émergents du marketing de l'information (bases de données marketing, économie de l'Internet...),
- de gérer et piloter une activité e-marketing ou une activité marketing de l'économie traditionnelle faisant appel aux nouvelles technologies,
- d'optimiser le référencement et la visibilité d'un site.

■ CONSEIL D'ORIENTATION

Benoît PASCAUD

Responsable du Msa2

MBA HEC, Sciences Po Paris, Licence de droit, Ancien directeur marketing Europe, Gérant de société.

Benoît DOMIS

Reims Management School, Formateur NTIC.

Bernard NINAUVE

Licence ès Sciences économiques, Ancien directeur du marketing et des achats.

Les cours sont dispensés par des professionnels qui apportent savoir et savoir-faire à travers un programme construit pour répondre aux besoins actuels et futurs des entreprises. Ils sont ou ont été dirigeants ou consultants auprès d'entreprises liées aux nouvelles technologies.

PROGRAMME DES COURS

Management général

• **Fonctionnement de l'entreprise**

Notions juridiques, fiscales et sociales ; Systèmes d'organisation ; Environnement et positionnement.

• **Approche Marketing**

Concepts marketing ; Notion de marché ; Connaissance du marché ; Les actions ; Le plan Marketing.

• **Finance pour Manager**

Evaluation d'une activité économique ; Le compte de résultat, budget et trésorerie.

• **Management de la qualité**

Impératifs de qualité ; La qualité totale ; La démarche qualité ; Démarche de certification.

Data Intelligence

• **Systèmes d'information**

L'évolution de l'informatique ; Les ERP ; Informatique de gestion.

• **La chaîne de valeur des NTIC**

Convergence réseaux, media, équipements ; Médias numériques ; Télécommunications mobiles ; Globalisation des approches.

• **Maîtrise des outils statistiques**

Apprentissage des principales fonctions du logiciel Business Objects ; Analyses marketing et outils de segmentation.

• **Web Analytics**

La mesure des résultats sur Internet ; Bilan de campagne et principaux ratios de tracking.

Stratégie marketing

• **Etudes de marché :**

Démarche qualitative ; Démarche quantitative ; Outils d'analyse.

• **Intégration des développements technologiques**

Les grandes tendances et les nouveaux outils du Web ; Les futurs courants porteurs de valeur et de nouveaux comportements ; Impact de la prospective sur les programmes marketing et commerciaux.

• **Cybermarketing :**

Du web 2.0 au web 3.0 ; Les outils du Cybermarketing ; Les blogs marketing.

• **Analyse stratégique :**

Les schémas de Porter, l'analyse de la valeur ; Innovation et Domination par les coûts ; Stratégie "Océan Bleu".

Stratégie de développement commercial

• **E-CRM**

La communication e-mailing ; Les différentes formes de e-tracking.

• **Développement et e-commerce**

Comment développer commercialement un site de e-commerce ?

• **Web et édition :**

Comment utiliser les outils web : l'exemple du secteur de l'édition

• **E-Business (cours en anglais)**

Sites marchands et business models ; Stratégies et programmes de développement.

Communication et Web

• **Techniques rédactionnelles sur le web**

Concevoir un éditorial sur le web ; La rédaction d'une newsletter ; Objet et contenu.

• **Développer son site Internet**

Les outils de développement et les enjeux techniques ; Ergonomie d'un site web ; Règles de design ; Navigation.

• **Référencement**

Les techniques de référencement naturel et payant ; Search et positionnement.

• **E-Publicité :**

Bâtir son plan media on-line ; Les différents formats (bannières, rich media...).

• **Marketing communautaire**

La blogosphère, les réseaux sociaux et la communication ; Le marketing viral.

• **Création graphique**

Techniques de création et retouche d'image.

• **Affiliations et partenariats**

Affiliés et affiliés ; La démultiplication des campagnes de e-publicité.

Communication Off-line

• **Stratégies de communication**

Définition des cibles ; Stratégie de moyens ; Création et media.

• **Stratégies Media**

Choix des médias en communication off-line : TV, radio, presse, affichage, indicateurs clés.