

# Marketing opérationnel digital (GEST09\_SD MAYA)



## Présentation

### Objectifs

Découvrir le concept de marketing digital et de e-marketing et plus particulièrement d'étudier le comportement du consommateur afin d'acquérir une connaissance théorique solide.

### Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	7h
TD	Travaux Dirigés	7h

### Plan du cours

Marketing 2.0 et GRC au sein d'une stratégie de e-marketing

- Le marketing 2.0
- GRC : les approches SOLOMO

Comportement du consommateur en ligne

- Des consommateurs qui combinent de multiples sources pour s'informer
- Les comportements de choix du consommateur sur Internet
- Mobilité des consommateurs

E-CRM, S-CRM, e-reputation et buzz marketing

### Compétences visées

Comprendre de manière théorique le concept de marketing digital et de e-marketing.

Mieux appréhender le comportement du consommateur en ligne.

Dégager des problématiques managériales à partir d'articles de recherche.

---

## Bibliographie

- V. Fayet et A. Guedj (2013), Stratégie e-marketing, MA Editions.
  - B. Normier (2014), Analyser les avis sur internet et les réseaux sociaux pour valoriser votre notoriété, V&SP Editions.
  - S. Cabezon (2014), Internet Marketing, EBG Editions
- 

## Compétences acquises

**Macro-compétence**

**Micro-compétences**

---

## Infos pratiques

---

### Lieux

➤ Annecy-le-Vieux (74)