

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

Libellé court : GEST09_SD MAYA

Nature : EC

Infos pratiques

Lieux

➤ Annecy-le-Vieux (74)