

Marketing opérationnel digital



Composante
IAE Savoie
Mont Blanc

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

Marketing opérationnel digital - CM	Cours Magistral	10,5h
Marketing opérationnel digital - TD	Travaux Dirigés	10,5h

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

Infos pratiques

Lieux

- > Annecy-le-Vieux (74)