Stratégie digitale (DIG6I01_GREHTNA)

ECTS
2 crédits

Composante
IAE Savoie Mont Blanc

En bref

- **Langues d'enseignement:** Français
- **Méthodes d'enseignement:** En présence
- **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

Ce module a pour but de permettre aux étudiants de placer le digital dans un contexte concurrentiel., de tracer des perspectives de développement à l'aune des nouvelles tendances dans le secteur du tourisme. Le module vise aussi à leur fournir les clés leur permettant d'appréhender, de définir et de piloter le marketing et la communication digitale d'une entreprise du secteur touristique. Il approfondit les fondamentaux du marketing digital et s'attache à en détailler les concepts clés, le vocabulaire de base et les meilleures pratiques, notamment à l'aide d'exemples concrets fournis dans le support de cours et lors des travaux de groupe.

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	14h
TD	Travaux Dirigés	8h

Pré-requis obligatoires

Manipulation des concepts de base en marketing et stratégie

Plan du cours

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 20 mai 2026

Le cours se décompose en 4 volets :

1. Partie 1 : écosystème du marketing digital
2. Partie 2 : les contours stratégique du site web
3. Partie 3 : générer du flux

Partie 4 : piloter la performance

Informations complémentaires

Responsable du cours : Anne QUEFFELEC

Compétences visées

Compétences visées

Conduire un diagnostic marketing digital complet et le relier aux enjeux de la stratégie marketing

Être en mesure d'élaborer et mettre en œuvre un plan de communication numérique

Piloter sa e-réputation

Compétences transversales

Faire preuve de rigueur et d'esprit méthodologique

Être force de proposition et de créativité dans un esprit collaboratif

Connaitre et utiliser le vocabulaire du marketing digital et des TIC

Savoir chercher l'information et la synthétiser

Bibliographie

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 20 mai 2026

Des références spécifiques ciblées sur certains sujets seront fournies durant le cours. L'achat de des ouvrages n'est pas obligatoire. De nombreux documents complémentaires seront remis aux participants pendant le cours. Un ouvrage très pratique, tout à fait adapté si vous souhaitez être guidé pas à pas :· Dupuis J., Eouzan G., Michalon C., Webmarketing : Définir, mettre en pratique et optimiser sa stratégie, Ed. ENI, 3ème Edition, 2017 Plus théorique :· Isaac H, Mercanti-Guérin M et Volle P, Marketing digital, Pearson, dernière édition · Isaac H et Volle P, E-commerce – de la stratégie à la mise en œuvre, Pearson Education, dernier édition· Bomsel O, Gratuit ! Du déploiement de l'économie numérique, Gallimard, 2007 Et les incontournables dont l'achat est fortement recommandé :· Strategor, Dunod, dernière éditionMercator, Dunod, dernière édition

Libellé court : DIG6I01_GREHTNA

Nature : EC

Infos pratiques

Lieux

Thonon-les-Bains (74)

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 20 mai 2026

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR, DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION
Liberté
Égalité
Fraternité