

E-Marketing

Composante
Institut
universitaire
de technologie
de Poitiers-
Châtellerault-
Niort

Présentation

Description

- * Enjeux du e-marketing dans la stratégie globale de l'entreprise (impact TIC sur la fonction marketing, importance du commerce en ligne, caractéristiques, acteurs)
- * Les modèles d'affaires et les modèles de revenus : transactionnels, relationnels, différents business models
- * Création de trafic vers le site web et promotion du site (piloter les budgets, les outils, le référencement, l'affiliation...)
- * Conversion des visiteurs en clients et développement du panier moyen
- * Analyse des visiteurs d'un site (mesure d'audience, principaux tableaux de bord internet)

Objectifs

- * Comprendre les enjeux marketing des TIC
- * Utiliser les différents outils de web marketing
- * Intégrer le e-commerce dans une approche multi-canal

Heures d'enseignement

E-Marketing - CM	CM	0h
E-Marketing - TD	TD	0h

Pré-requis nécessaires

Communication commerciale (UE 22)