

# 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	12h
E-Marketing - TD	TD	15h

### Pré-requis nécessaires

Communication commerciale (UE 22)