

Technologies de l'information marketing

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Volume horaire
30h

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Formation continue
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Le cours TIM « technologies de l'information et marketing » :

- présente les derniers outils et technologies de l'information et de la communication au service du Marketing en B to B to C (Réseaux sociaux, Facebook, Mobile marketing, etc.)
- analyse les relations entre les dispositifs technologiques de l'information et de la communication, les dispositifs marketing et les enjeux sociaux associés
- s'appuie sur des travaux et des études réalisés par des enseignants-chercheurs et des praticiens spécialisés en e-marketing
- met l'accent sur les marques et les industries spécialisées jeunesse et les pratiques des jeunes consommateurs (enfants et adolescents) pour qui, après la télévision, le smartphone devient l'écran médiateur pour s'ouvrir sur le monde

Heures d'enseignement

Technologies de l'information marketing - CM	CM	20h
Technologies de l'information marketing - TD	TD	10h

Programme détaillé

1 - Introduction, objectifs du cours et travail à effectuer

2 - Introduction aux Technologies de l'information et marketing

Les objectifs du marketing plurimédia digital

La participation comme nouvelle modalité relationnelle

Expérience transmédiatique du consommateur

3 - Communication et Game Design

Comprendre ce qu'est un serious game

Modalités de mise en œuvre dans la stratégie marketing

4 - Le ciblage publicitaire sur Facebook et Instagram

Gestion et optimisation d'une campagne

Exploitation et monétisation d'une licence sur Facebook

5 - Connaître les ficelles du mobile marketing

Usages smartphones, tablettes et PC

Les mobinautes et les applications mobiles

Rôle du mobile dans l'expérience Omni-canal

6 - Sécurité et vie privée à l'heure de l'Internet des objets

Hygiène informatique et sécurité numérique

RGPD et gestion des données personnelles des clients

Compétences visées

Comprendre les nouveaux outils utilisés en marketing

Intégrer le digital dans l'activité marketing

Réaliser des supports pour une communication digitale

Bibliographie

Jean-Philippe Arroyo, Sylvie Brunet, Roselyne Sage (2018). #RGPD et marketing : de la contrainte à l'opportunité, Paris, Edition e-theque, 263 p.

Sandrine Medioni, Sarah Benmoyal Bouzaglo (2018). Marketing digital : nouveaux comportements de consommation, parcours d'achat et leviers d'actions, interviews, Malakoff, Dunod, 243 p.

Infos pratiques

Lieu(x)

Angoulême

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/>