

E-marketing

Titulaire

Quentin VAN DONGHEN (Coordonnateur)

Mnémonique du cours

COMM-B560

Crédits ECTS

5 crédits

Langue(s) d'enseignement

Français

Période du cours

Premier quadrimestre

Campus

Solbosch

Contenu du cours

- 1 Introduction et modèles théoriques
- 2 Display advertising
- 3 Search Engine Optimisation
- 4 Search Engine Advertising
- 5 Social Media Advertising
- 6 Online Video Advertising
- 7 Analytics / Data marketing / marketing automation

Objectifs (et/ou acquis d'apprentissages spécifiques)

À l'issue de cet enseignement, un étudiant sera capable de :

- > Comprendre, critiquer et élaborer une stratégie de e-marketing
- > Concevoir et interpréter un plan média digital
- > Évaluer les performances d'une campagne de communication en ligne
- > Gérer des interactions sur les réseaux sociaux numériques
- > Briefer une équipe créative

Pré-requis et co-requis

Connaissances et compétences pré-requises

COMM-B415 Communication marketing : conception et évaluation

COMM-B430 Stratégies numériques en communication

Méthodes d'enseignement et activités d'apprentissages

- > Enseignement présentiel (présence obligatoire)
- > Cours magistral et exercices dirigés

Contribution au profil d'enseignement

APPROFONDIR DES SAVOIRS SPÉCIALISÉS

- > Maîtriser des savoirs spécialisés en e-marketing
- > Etablir des liens entre les différents champs de la communication marketing

RÉALISER UN TRAVAIL SCIENTIFIQUE

- > Problématiser
- > Concevoir des réponses
- > Remettre en question ses acquis et innover
- > Mettre en forme et communiquer

AGIR EN PROFESSIONNEL

- > Mettre en oeuvre l'expertise scientifique
- > Acquérir une expertise dans le domaine de la communication

Références, bibliographie et lectures recommandées

- > De Pelsmacker, M.; Geuens, J.; Van den Bergh J. "Marketing Communications: A European Perspective", Pearson education 5 th edition, 2013.
- > Zaltman, G. "How Customers Think: Essential Insights into the Mind of the Market", Harvard Business Review Press, 2003
- > Christakis, N.A.; Fowler J.H."Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives" Back Bay Books, 2011

Support(s) de cours

Université virtuelle

Autres renseignements

Lieu(x) d'enseignement

Solbosch

Contact(s)

Quentin VAN DONGHEN (quentin.van.donghen@ulb.be)

Méthode(s) d'évaluation

Examen oral, Travail de groupe et Travail pratique

Examen oral

Question ouverte à réponse courte et Question ouverte à développement long

Méthode(s) d'évaluation (complément)

- > Travaux pratiques
- > Présentations orales
- > Examen théorique lors de la session de janvier

Construction de la note (en ce compris, la pondération des notes partielles)

- > Examen théorique (50%)

- > Travaux pratiques (50%)

Langue(s) d'évaluation principale(s)

Français

Autre(s) langue(s) d'évaluation éventuelle(s)

Anglais

Programmes

Programmes proposant ce cours à la faculté de Lettres, Traduction et Communication

MA-COMU | **Master en communication** | finalité Communication corporate et marketing/bloc 2

