

Stratégies numériques en communication

Titulaire

David GRUNEWALD (Coordonnateur)

Mnémonique du cours

COMM-B430

Crédits ECTS

5 crédits

Langue(s) d'enseignement

Français

Période du cours

Deuxième quadrimestre

Contenu du cours

Les thèmes abordés sont :

1. Les nouvelles stratégies de communication Les stratégies participatives en communication publicitaire. En quoi le digital change les stratégies créatives.
2. L'importance des réseaux sociaux dans la stratégie de comm d'une entreprise. Etude de cas d'un écosystème social développé par un annonceur.
3. SEA, SEO, re-marketing, re-targetting, Real-time bidding, découvrez la face cachée des stratégies d'acquisition et l'évolution du média-planning.
4. Big Data. Introduction au CRM et aux outils de mesure d'efficacité des campagnes. Quel est l'importance du Data pour les annonceurs dans l'évolution de leur business modèle.
5. Introduction au Neuro-Marketing. Comment peut-il optimiser les résultats de la communication et en quoi est-il l'avenir du Marketing.
6. Stratégie de Gamification + les marques « Coach » ou quand le Story-telling devient Story-doing.
7. L'Intelligence Artificielle. En quoi va-t-elle changer le processus créatif.

Objectifs (et/ou acquis d'apprentissages spécifiques)

L'objectif est de faire prendre conscience aux étudiants les profonds changements opérés par le digital dans les stratégies de communications des entreprises.

Il couvre tant les évolutions en terme de consommation médias que les nouvelles techniques marketing qui sont utilisées par les annonceurs afin d'informer, engager, fidéliser les prospects et clients.

Méthodes d'enseignement et activités d'apprentissages

Avec David Grunewald : 12 séances de 2 heures à participation obligatoire (pointage des présences)

Des intervenants experts des différentes matières seront également invités.

Références, bibliographie et lectures recommandées

Documents en ligne sur l'UV.

Autres renseignements

Contact(s)

David Grunewald, Département information et communication

Méthode(s) d'évaluation

Autre

Méthode(s) d'évaluation (complément)

Examen = écrit

Langue(s) d'évaluation principale(s)

Français

Programmes

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

MA-BABL | **Master en communication multilingue** | finalité Ressources humaines/bloc 2, finalité Relations internationales/bloc 2 et finalité Multiculturalité/bloc 2, MA-COMU | **Master en communication** | finalité Communication corporate et marketing/bloc 1, finalité Communication politique et lobbying/bloc 1 et finalité Approfondie/bloc 1 **et** MA-STIC | **Master en sciences et technologies de l'information et de la communication** | finalité Spécialisée/bloc 1

Programmes proposant ce cours à la faculté de Philosophie et Sciences sociales

MA-HMUSI | **Master en histoire de l'art et archéologie, orientation musicologie** | finalité Approfondie/bloc 1, finalité Approfondie/bloc 2, finalité Didactique/bloc 1 et finalité Didactique/bloc 2 **et** MA60-HMUSI | **Master en histoire de l'art et archéologie, orientation musicologie (60 crédits)** | bloc U

