




10 crédits	30.0 h	Q1
------------	--------	----

Enseignants	Charry Karine ;Poncin Ingrid ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Préalables	/
Thèmes abordés	<p>Le diagnostic est la première phase du projet d'immersion se déroulera de septembre à décembre (Q3). Durant cette phase, l'étudiant devra prendre connaissance avec les théories phares, l'organisation et son environnement.</p> <p>Dans ce cadre, des séminaires réguliers sont organisés sur des thèmes définis chaque année par la chaire (IPM-Digital Marketing).</p> <p>Pour chaque thème abordé, les théories académiques sont étudiées et mises en perspective avec les pratiques professionnelles.</p> <p>L'étudiant met ensuite en oeuvre un travail d'analyse spécifique à son cadre d'immersion. Les séminaires réguliers permettent des échanges visant à développer les capacités des étudiants à la prise de recul et à la mise en perspective par le dialogue avec les enseignants et les professionnels.</p> <p>Par ce travail, l'étudiant devra aboutir à un diagnostic concernant la stratégie digitale de l'organisation et dégager une problématique de mémoire conduisant à des recommandations à l'adresse de l'organisation.</p> <p>Le séminaire assure également un tutorat collectif pour les mémoires en digital marketing et le suivi des stagiaires dans leur milieu professionnel.</p>
Acquis d'apprentissage	<p>Contribution de l'unité d'enseignement au référentiel AA du programme</p> <p>Eu égard au référentiel de compétences du programme Master 120 Sciences de Gestion et Ingénierat de Gestion de la LSM, cette unité d'enseignement contribue au développement et à l'acquisition des compétences suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réussir à exploiter ces connaissances dans le traitement d'un cas et dans une situation professionnelle • Comprendre la rigueur exigée scientifique dans le cadre de la mise en oeuvre d'une stratégie de digital marketing • Travailler en groupe et de s'intégrer dans le milieu professionnel • Interpréter les résultats et de formuler des recommandations managériales <p>En termes d'acquis d'apprentissage spécifiques à la matière, à l'issue de ce cours, l'étudiant sera capable de :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 • Comprendre les enjeux de la mise en place d'une stratégie de marketing digital • Distinguer les différentes stratégies de marketing digital • Appréhender la diversité des démarches et méthodologies mises en oeuvre en digital marketing • Comprendre les enjeux de la mise en place du digital marketing en entreprise • Proposer et utiliser une méthodologie adéquate • Mettre en oeuvre les choix méthodologiques • Etre capable de gérer le déroulement d'un projet de digital marketing • Maîtriser un logiciel de web analyse et de faire des analyses basiques • Interpréter les résultats et de formuler des recommandations managériales • Evaluer la qualité d'une analyse et gérer la relation avec une société prestataire extérieure <p>En termes d'acquis d'apprentissage du programme, à l'issue de la formation, l'étudiant devrait être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réussir à exploiter ces connaissances dans le traitement d'un cas et dans une situation professionnelle • Comprendre la rigueur exigée scientifique dans le cadre de la mise en oeuvre d'une stratégie de digital marketing • Travailler en groupe et de s'intégrer dans le milieu professionnel • Interpréter les résultats et de formuler des recommandations managériales <p>----</p> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>

Modes d'évaluation des acquis des étudiants	Evaluation continue (participation au séminaire, travaux remis, évaluation du stage en immersion en Q3).
Méthodes d'enseignement	Cours magistraux Etude de cas Immersion professionnelle (min 2 jours par semaine)
Bibliographie	Références bibliographiques recommandées, lectures conseillées : Chaffey D., Ellis-Chadwick F. (2014), Marketing digital Adapté en français par Henri Isaac, Pierre Volle, Maria Mercanti-Guérin, Pearson.
Autres infos	Ce module de cours est accessible uniquement après acceptation de l'étudiant sur dossier dans l'option Digital Marketing Immersion professionnelle.
Faculté ou entité en charge:	CLSM

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en sciences de gestion	GESM2M	10		
Master [120] en ingénieur de gestion	INGE2M	10		
Master [120] en sciences de gestion	GEST2M	10		
Master [120] en ingénieur de gestion	INGM2M	10		