




5.00 crédits	30.0 h	Q2
--------------	--------	----

Enseignants	Poncin Ingrid ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Préalables	/ <i>Le(s) prérequis de cette Unité d'enseignement (UE) sont précisés à la fin de cette fiche, en regard des programmes/formations qui proposent cette UE.</i>
Thèmes abordés	<p>Le digital marketing joue un rôle de plus en plus central dans l'évolution et les pratiques du marketing. Ce cours vise à l'acquisition de connaissances théoriques et pratiques sur les approches innovantes et les dernières tendances en digital marketing, Ces tendances en Digital Marketing seront mises en perspective avec les comportements du consommateur et les pratiques des organisations.</p> <p>Dans ce cadre, des séminaires réguliers sont organisés sur des thèmes définis chaque année par exemple : l'écosystème digital, l'empreinte numérique d'une entreprise, l'économie collaborative, la gamification, l'expérience du consommateur, l'internet des objets IoT, customisation des contenus</p> <p>Les étudiants réaliseront un projet en lien direct avec les thématiques abordées.</p>
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <p><u>Contribution de l'unité d'enseignement au référentiel AA du programme</u></p> <p>Eu égard au référentiel de compétences du programme Master 120 Sciences de Gestion et Ingénierie 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"> • Agir en contexte international et multiculturel : comprendre le monde du digital marketing qui est nécessairement international et global; • Réussir à exploiter ces connaissances dans la compréhension et l'analyse critiques des tendances en digital marketing; • Comprendre la rigueur exigée scientifique dans le cadre de la mise en oeuvre du digital marketing; • Travailler en groupe; • Interpréter les résultats et de formuler des recommandations managériales; • Communiquer la synthèse de la veille réalisée sur un thématique donnée. <p>1</p> <p>A l'issue de ce cours, l'étudiant sera capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaître les tendances et pratiques en matière de Digital Marketing • Comprendre les enjeux de la mise en place du digital marketing en entreprise • Etre au fait des pratiques en matière de marketing digital et être capable de déterminer leur pertinence stratégique et opérationnelle pour l'organisation • Développer une analyse critique de ces techniques marketing, de leur intérêt et de leurs limites. • Etre capable d'envisager l'utilisation de ces tendances dans le cadre du marketing stratégique et opérationnelle • Développer des capacités de veille permanente sur les tendances en digital marketing. • Mener une réflexion sur les évolutions de ces tendances • Développer des capacités d'application de ces techniques en entreprise.
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	Evaluation continue (participation au séminaire, veille digitale et e-learning) Examen oral
Méthodes d'enseignement	Cours magistraux (+ Intervenants professionnels) Etude de cas Veille digitale E-learning Lecture Utilisation de la plateforme Student Corner pour les interactions à distance.
Contenu	Le digital marketing joue un rôle de plus en plus central dans l'évolution et les pratiques du marketing.

	<p>Ce cours vise à l'acquisitions de connaissances théoriques et pratiques sur les approches innovantes et les dernières tendances en digital marketing, Ces tendances en Digital Marketing seront mises en perspective avec les comportements du consommateur et les pratiques des organisations.</p> <p>Dans ce cadre, des séminaires réguliers sont organisés sur des thèmes définis chaque année par exemple : l'écosystème digital, l'empreinte numérique d'une entreprise, l'économie collaborative, la gamification, l'expérience du consommateur, l'internet des objets IoT, customisation des contenus</p>
Ressources en ligne	Student corner et Teams
Bibliographie	<p>Support de cours: Slides (Pwt du cours et des interventions professionnelles)</p> <p>Références bibliographiques recommandées, lectures conseillées : Chaffey D., Ellis-Chadwick F. (2020), Marketing digital, adapté en français par Henri Isaac, Pierre Volle, Maria Mercanti-Guérin, Pearson.</p> <p>Suivi très régulier de l'actualité du digital marketing: repérage des initiatives innovantes, des opérations entrant dans le cadres des nouvelles tendances, etc. Lecture de magazines, sites Internet, veille stratégique et opérationnelle sur les tendances en digital marketing.</p>
Autres infos	Ce module de cours est conseillé pour les étudiants qui souhaitent suivre l'option Digital Marketing Immersion professionnelle en Q3.
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	5		
Master [120] : ingénieur civil en chimie et science des matériaux	KIMA2M	5	MGEST1108	
Master [120] : ingénieur civil des constructions	GCE2M	5	MGEST1108	
Master [120] : ingénieur civil biomédical	GBIO2M	5	MGEST1108	
Master [120] : ingénieur civil mécanicien	MECA2M	5	MGEST1108	
Master [120] en gestion de l'entreprise	GENT2M	5		
Master [120] : ingénieur civil électricien	ELEC2M	5	MGEST1108	
Master [120] : ingénieur civil physicien	FYAP2M	5	MGEST1108	
Master [120] : ingénieur civil en informatique	INFO2M	5	MGEST1108	
Master [120] en sciences informatiques	SINF2M	5	MGEST1108	
Master [120] : ingénieur de gestion	INGE2M	5		
Master [120] en sciences de gestion	GEST2M	5		
Master [120] : ingénieur civil électromécanicien	ELME2M	5	MGEST1108	
Master [120] : ingénieur civil en mathématiques appliquées	MAP2M	5	MGEST1108	
Master [120] : ingénieur civil en science des données	DATE2M	5	MGEST1108	
Master [120] : ingénieur de gestion	INGM2M	5		

Master [120] en science des données, orientation technologies de l'information	DATI2M	5	MGEST1108	
--	--------	---	-----------	---