



Stratégie social media et e-CRM



Niveau d'étude
BAC +3



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

"Contenu :

- Gestion des réseaux sociaux
 - Stratégie de communication digitale
 - E-CRM et fonctionnement de Social Ads
 - Technique d'élaboration d'une campagne d'e-mailing ou MD (SMS...) : recrutement de prospects, qualification de fichiers, construction de la campagne
 - Utilisation d'outils de routage professionnel, mesure du ROI (retour sur investissement)
 - Mettre en place des outils d'animation (jeu concours, etc.)"
-

Objectifs

"Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Utiliser les leviers opérationnels du marketing et de la communication digitale
 - Convertir les visiteurs en clients grâce au e-CRM
 - Concevoir et suivre les résultats d'une campagne de communication sur les réseaux sociaux"
-

Heures d'enseignement

| | | |
|----|-------------------|-----|
| TD | Travaux Dirigés | 11h |
| TP | Travaux Pratiques | 6h |

Modalités de contrôle des connaissances



Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

| Type d'évaluation | Nature de l'épreuve | Durée (en minutes) | Nombre d'épreuves | Coefficient de l'épreuve | Note éliminatoire de l'épreuve | Remarques |
|---------------------------------|-----------------------|--------------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------|-----------|
| CCI (contrôle continu intégral) | CC : Ecrit et/ou Oral | | | 1.5 | | |
