

CERTIFICAT DE COMPÉTENCE E-MARKETING ET E-COMMERCE



Crédit : 30 ECTS Code CC11000A
Niveau d'entrée : Bac + 2

Public concerné et conditions d'accès

Les auditeurs qui :

- Travaillent dans la communication et veulent développer leurs compétences sur Internet
 - Veulent mieux dialoguer avec leur agence digitale ou leurs prestataires en e-commerce
 - Souhaitent assurer leur reconversion sur le Net
- Il concerne notamment les Marketeurs ou publicitaires désireux de compléter leurs connaissances des médias et du marketing traditionnels par une ouverture sur le marketing de l'Internet, les chefs de projets Internet et Webmasters voulant acquérir une double culture technique et marketing, les entrepreneurs projetant de lancer une activité commerciale sur le Web ou de fournir des prestations de conseil sur Internet

Objectifs pédagogiques

- Acquérir les bases du marketing de l'Internet et de la communication sur le Web
- Développer une communication digitale efficace
- Initier les auditeurs aux notions fondamentales du commerce électronique et ce, dans l'optique, de mener à bien un projet professionnel sur le Web
- Améliorer les compétences des auditeurs en matière d'utilisation des réseaux sociaux et de gestion de la e-réputation
- Accroître leurs connaissances en matière de gestion de la relation client (recrutement et conversion des visiteurs en clients) et de distribution multicanale. Seront également abordés le traitement des données en ligne et les fondements de l'économie numérique.

Conditions de délivrance du certificat

Validation de l'ensemble des UE du certificat

Description de la formation

			Planning
@ ESC127	Référencement payant et Display	4 ECTS	
@ ESC128	E-commerce	4 ECTS	
@ ESC123	Marketing électronique - Marketing Digital	6 ECTS	
@ ESC130	Marketing et réseaux sociaux	4 ECTS	
@ ESC131	Référencement naturel (SEO) et contenu de marque (Brand content)	4 ECTS	

Deux cours au choix parmi

@ ESC102	Mercatique II : Stratégie marketing	4 ECTS	
@ ESC115	Datascience au service du Marketing et de la Relation client	6 ECTS	
@ DNT104	Droit du numérique	4 ECTS	
@ ESC129	Conception et réalisation des études qualitatives et quantitatives sur internet	4 ECTS	
@ NFA040	Architecture et langages Web	4 ECTS	

@ Cours également disponible en ligne (Ile-de-France)

ECTS : Système européen de transfert et d'accumulation de crédits.

ESC127 - Référencement payant et Display

Crédits : 4 ECTS

Objectifs pédagogiques

Initiation au référencement payant et à l'outil Google AdWords - Compréhension des enjeux du display sous ses différentes formes.

Contenu de la formation

Présentation et paramétrage de l'outil Google AdWords / Structure du compte et paramétrage des campagnes / Création des mots clés à ajouter et à exclure / Création des annonces et des URL de destination / Optimisation des campagnes (enchères, annonces et mots clés) / Présentation de l'interface Bing Ads / L'Evolution du Display - vocabulaire du display / Le Retargeting / Le Native Advertising / Le RTB / La publicité vidéo

ESC128 - E-commerce

Crédits : 4 ECTS

Objectifs pédagogiques

Développer ses compétences en matière d'e-commerce. Acquérir les bases du référencement naturel. Connaître les différents modèles économiques du commerce de l'internet à travers des études de cas de sites réels et d'actualité.

Contenu de la formation

Introduction au e-commerce / Révision des principaux fonctionnements des différents leviers du digital et des premiers principes du référencement naturel. / Mise en place d'une stratégie digitale e-commerce (plan marketing) / Le Cadre légal de l'E-commerce / Etude de marché et Business Plan / Le M-commerce / Ergonomie E-commerce & Tests / Logistique du e-commerce / Les paiements en ligne / Cahier des charges d'un site e-commerce / L'utilisation des CMS, focus sur Prestashop / Mesure de la performance & Reporting

ESC130 - Marketing et réseaux sociaux

Crédits : 4 ECTS

Objectifs pédagogiques

Ce cours a pour objectif d'étudier les enjeux des réseaux sociaux en matière de stratégies et de tactiques marketing.

Contenu de la formation

Construire sa stratégie digitale (méthodologie et exemples) / Panorama des réseaux sociaux / Métier et outils du community manager / Paid Media : modèles publicitaires sur les réseaux sociaux / E-reputation : impact avis consommateurs sur le parcours d'achat / Relations influenceurs (blogueurs, journalistes, communautés...) / Du commentaire négatif au Bad Buzz : gestion de crise en ligne / Evaluation de la performance : KPI pour la stratégie médias sociaux

ESC123 - Marketing électronique - Marketing Digital

Crédits : 6 ECTS

Objectifs pédagogiques

- Avoir une vision plus claire de l'utilisation des technologies de l'information en communication et commerce électronique.
- Savoir mieux évaluer les potentialités et les enjeux de l'e-business pour son activité.
- Participer efficacement à des projets concrets dans ces domaines.
- Savoir intégrer la dimension web dans la politique générale et la stratégie marketing de l'entreprise

Contenu de la formation

Chiffres clés, Présentation des leviers d'acquisition de trafic, Modèles de rémunération
Les Business models du digital / La Transformation digitale et son impact sur les métiers / Les Enjeux de l'omnicanal / Les Enjeux de la data / L'Email marketing / Le Content marketing / Le Social Media / L'Affiliation, Display et les Partenariats / Le Référencement naturel / Le Référencement payant / L'e-CRM et le marketing automation / La Stratégie digitale

ESC102 - Mercatique II : Stratégie marketing

Crédits : 4 ECTS

Objectifs pédagogiques

Acquérir ou approfondir les notions de base des études marketing par une pédagogie active, illustrée de nombreux exemples concrets. Public : élèves non impliqués directement dans les métiers du marketing et de la vente et souhaitant mieux comprendre ces domaines, professionnels exerçant une activité commerciale ou marketing et désirant approfondir ou actualiser leurs connaissances.

Contenu de la formation

Concepts fondamentaux du marketing / Définir une stratégie marketing / Savoir analyser son environnement / Comprendre le comportement du consommateur pour définir une stratégie orientée client / Développer une offre produit/service / Segmenter, cibler et positionner une offre / Développer son capital marque / Choisir et animer ses canaux de distribution off line et on line / Communiquer auprès de ses clients potentiels

ESC115 - Datascience au service du Marketing et de la Relation client

Crédits : 6 ECTS

Objectifs pédagogiques

Montrer comment la datascience, c'est à dire l'analyse de données massives et souvent non structurées éclaire la décision marketing. Elle souligne à travers des exemples clairs et de nombreuses illustrations les raisons d'une démarche CRM et l'enrichissement que le

Contenu de la formation

Les nouveaux enjeux du marketing / CRM et connaissance client / Utilité de la donnée dans la stratégie générale de l'entreprise / Utilisations analytiques de la donnée / Panorama des architectures et des outils data pour le CRM. / Les techniques traditionnelles de fidélisation et leurs limites. / Utilisation opérationnelle du marketing relationnel dans la fidélisation des clients : les techniques de ciblage, l'utilisation des canaux de communication, l'e-CRM... Nouveaux profils de clients et leur fidélisation : la connaissance du client et l'évaluation de ses réactions / Utilisation opérationnelle du marketing relationnel dans la conquête de clients. / Réflexion prospective. / Focus sur le tableau de bord / Les études à l'heure du Big data / L'univers de la datascience : Panorama des outils et des acteurs

ESC131 - Référencement naturel (SEO) et contenu de marque (Brand Content)

Crédits : 4 ECTS

Objectifs pédagogiques

Utiliser le référencement naturel comme levier d'acquisition de visiteurs, leads ou clients
Bâtir une stratégie de liens efficace
Comprendre et intégrer les algorithmes des moteurs de recherche, leurs fonctionnements et les adaptations nécessaires du site à ces algorithmes
Maîtriser les principaux outils de SEO et ses concepts
Analyser le trafic et les conversions
Écrire pour le Web et diffuser son contenu dans une optique de création d'expériences client et de partage sur les réseaux sociaux

Contenu de la formation

• DÉFINITION DU RÉFÉRENCIEMENT ET DU SEARCH
Évolution des moteurs de recherche
Préparation au référencement & les outils du référencement
Travailler son référencement
Synthèse d'un plan - Stratégie SEO
• CMS & SEO
WebAnalytics : - analyses Web / Google Analytics, tableaux de bord, KPI, pilotage de sa performance
• ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE DE BRAND CONTENT
• ANALYSER ET CONSTRUIRE SA DÉMARCHE DE BRAND CONTENT

ESC129 - Conception et réalisation des études qualitatives et quantitatives sur internet

Crédits : 4 ECTS

Objectifs pédagogiques

Savoir réaliser une enquête qualitative en ligne et savoir réaliser des traitements statistiques simples sur les données textuelles récoltées. Savoir réaliser une enquête quantitative en ligne. Savoir réaliser des présentations de rapport dynamiques et podcastées mises en ligne sur le Web. Savoir analyser des résultats.

Contenu de la formation

Présentation des études on line
Présentation de tous les outils informatiques utiles à la réalisation d'un rapport d'études :
- Présentation des différents outils pour la réalisation d'un questionnaire interactif
- Apprentissage de traitements statistiques simples d'études on line.
Traitement des données collectées sur le web (réseaux sociaux...)
Analyse des résultats

DNT104 - Droit du numérique

Crédits : 4 ECTS

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux et obligations de la nouvelle réglementation européenne en matière de protection des données personnelles (RGPD) et de la nouvelle loi française du 20 juin 2018
- Bénéficier d'une sensibilisation au droit du numérique (initiation aux enjeux du droit de la propriété intellectuelle dans l'environnement numérique, commerce électronique et droit de la consommation, contrats et responsabilités sur internet, initiation au droit de la sécurité des réseaux)
- Acquisition de compétences métier
- Élargissement de compétences

Contenu de la formation

Cette UE vise à former l'auditeur aux principaux aspects juridiques des problèmes suscités par le développement des technologies de l'information et de l'internet, notamment :
- Le droit à la protection des données à caractère personnel en France et en Europe (droits et obligations du responsable de traitement, transferts de données hors UE, mise en œuvre d'opérations de prospection commerciale ou de lutte contre la fraude, conséquences de la réforme européenne applicable à compter de mai 2018, etc.).
- Le droit du commerce électronique (droit de la vente à distance, preuve électronique, sécurité et responsabilités des acteurs de l'internet, protection des créations immatérielles, etc.).
- L'environnement juridique de l'informatique sur le lieu de travail (systèmes de gestion RH, dispositifs de contrôle individuel des salariés, charte NTIC, télétravail, etc.).

NFA040 - Architecture et langages Web

Crédits : 4 ECTS

Objectifs pédagogiques

Dresser un tableau complet de l'architecture du WEB et des technologies concernées dans la construction d'un site. Apprendre les langages HTML et CSS mis en œuvre coté client. Connaître les principes du protocole HTTP et les types de fichiers multimédias pouvant figurer dans une page web.

Contenu de la formation

• Introduction générale. Architecture du web. Internet, intranet. Notion de client (navigateur) et de serveur. L'hypertexte, lien et URL. Notion de normes et problèmes de validation, le W3C.
• Description et structuration des documents web: le langage HTML 5.
• Gestion de la présentation des documents: langage CSS 1, 2 et 3.
• Le protocole HTTP : requêtes GET, POST, HEAD. Codes réponses.
• Les formulaires côté client.
• Les formats des fichiers images, son et video. Les types MIME. Images vectorielles et bitmap. Langage SVG.
• Les balises multimedia et les problèmes d'accessibilité des contenus non textuels.
• L'importance de l'accessibilité, les techniques usuelles et la nécessité de réfléchir pour obtenir une accessibilité réelle des contenus.