

**Nombre de crédits :** 3

**Langue d'enseignement :** Français

**Responsable du cours :** GERMAIN Christophe

**Enseignants :** BENZAZON Thomas , BERTHEUX Antoine , PAGE Marine

## ≡ DESCRIPTION DU COURS

cours magistraux, TD, projet

## ≡ OBJECTIF DU COURS

Après avoir suivi ce cours, les étudiants seront capables de :

- Analyser l'opportunité apportée par les réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest...)
- Prendre conscience de l'intérêt d'une présence sur les réseaux sociaux
- Connaissance des tendances du digital marketing
- Attirer de nouveaux consommateurs au travers la communication sur les réseaux sociaux
- Connaissance sur le monde du community management
- Augmenter son chiffre d'affaires avec les réseaux sociaux

## ≡ COMPÉTENCES VISÉES PAR LE COURS

**LO01 - Analyse :** Développer un esprit critique

**LO02 - Analyse :** Analyser des situations complexes

**LO07 - Entrepreneuriat et innovation :** Identifier les besoins et élaborer une offre pertinente

**LO11 - RSO :** Discerner les enjeux éthiques et agir selon des considérations éthiques

**LO15 - Coopération :** Faire preuve d'agilité : adaptation, curiosité, proactivité

## ≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

Digital marketing,  
E-reputation,  
mobile marketing,  
community management,  
social media marketing,  
management

## ≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

En classe, études de cas et évaluation des connaissances acquises lors des séances

## ≡ TRAVAIL ATTENDU

Travail sur les cas et appréhension des concepts

## ≡ BIBLIOGRAPHIE

« Au cœur des marchés, les réseaux sociaux » : Mark Granovetter – Editeur : Desclée de Brouwer – 2000, « L'identité numérique en question » Olivier Iteanu, Olivier Salvatori – Editeur : Eyrolles – 2008, « Boostez vos ventes grâce aux réseaux sociaux » : Pascal Brassier – Editeur : Organisation Eds D' – 2009, « Sociologie des réseaux sociaux » : Pierre Mercklé – Editeur : Gualino Eds – 2011 - La communication digitale expliquée à mon boss – 17 octobre 2013 de Yann Gourvennec, Hervé Kabla et Media Aces (Préface de Pierre GATTAZ) - Définir et analyser les réseaux sociaux par Michel Forcé - 2008 - Internet et les réseaux sociaux : que dit la loi ? - Liberté d'expression - Données personnelles - Achats en ligne - Internet au bureau

## ≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

**60 % :** Contrôle continu

**40 % :** Examen

## ≡ SÉANCES

**1****I - Introduction aux Réseaux Sociaux**

COURS : 03h00

---

Distinction Réseaux Sociaux/Médias Sociaux, L'histoire des Réseaux Sociaux - Les Réseaux Sociaux dans le monde - Le point de vue des sociologues - Les principaux types de médias sociaux et principaux types de réseaux sociaux

---

**2****Enjeux et objectifs des Réseaux Sociaux**

COURS : 03h00

---

Etat des lieux du point de vue des internautes / socionautes - Etat des lieux du point de vue des Marques et des professionnels du marketing - Les objectifs recherchés - le cadre juridique

---

**3****Stratégie, méthodes, outils et cas pratiques**

COURS ET ÉTUDES DE CAS : 03h00

---

Ex de cas pratiques : Gérer l'e-réputation, développer la notoriété, développer le CA, communiquer sur un événement, développer de nouveaux produits...

---

**4****Stratégie, méthodes, outils et cas pratiques**

COURS ET ÉTUDES DE CAS : 03h00

**5****Stratégie, méthodes, outils et cas pratiques**

COURS ET ÉTUDES DE CAS : 03h00

**6****Les tendances à venir et les métiers du Community Management et de l'E-Public Relation**

COURS ET ÉTUDES DE CAS : 03h00