

Entreprendre dans le digital

Bibliographie

Culture Numérique de Dominique Cardon

Podcast *VLAN* de Gregory Pouy

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 36.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4EgETg05

Présentation

Ce cours a pour objectif d'apporter une compréhension et une maîtrise du développement d'une stratégie digitale de contenus. Via une approche théorique du brand content et des best cases, les élèves seront amenés à mettre en pratique ces enseignements lors d'exercices en classe. Il leur sera demandé d'adapter leurs stratégies aux évolutions sociales et technologiques qui ont un impact sur toute production de contenu digital.

Objectifs

- Définir l'histoire et les usages du brand content.
- Développer une capacité à mener une veille et une analyse de campagnes digitales.
- Penser une stratégie digitale
- Présenter un écosystème digital

Évaluation

Session unique :

Rapport écrit et/ou QCM d'une durée maximale de 2H (en présentiel ou en distanciel) (50%) et note de participation orale ou de soutenance orale (50%).