

Stratégie de communication digitale (contenu, community management...)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Pôle Universitaire Léonard de Vinci
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Présentation

La création de contenus constitue aujourd'hui l'une des activités stratégiques pour les entreprises qui souhaitent se développer. Ces contenus sont en général publiés sur des plateformes web (via des systèmes de gestion de contenus) tandis que leur diffusion et leur promotion sont assurées par l'intermédiaire de réseaux sociaux.

Cet enseignement abordera l'articulation de ces deux activités : d'une part les bonnes pratiques rédactionnelles et les éléments clés des stratégies d'optimisation de contenus, d'autre part les bases du Community management qui prend en charge l'ensemble des actions sur le *web* qui permettent de fédérer une communauté autour d'une marque ou d'une entreprise.

Objectifs

Présenter les enjeux d'une stratégie de communication digitale

Présenter les différents types de réseaux sociaux

Envisager l'articulation entre contenu *web* et réseaux sociaux

Présenter les stratégies de communication

Évaluation

Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes) - ! cette formule ne prévoit pas d'épreuve en session 2 mais une 2^{ème} chance organisée sur la période du semestre

Pré-requis nécessaires

Comprendre le français

Savoir écrire le français

Savoir manipuler les formats *web* (html, css)

Appétence pour les outils digitaux

Compétences visées

Écrire sur le web

Mettre en place une stratégie de contenu

Développer un plan de communication

Mettre en place une stratégie de communication adaptée aux réseaux sociaux

Mesurer une audience, de fréquentations et des flux

Bibliographie

Guével M. ; Bo D., *Brand content*, Dunod, 2009

Demange E , *Stratégie de contenu e-commerce*, Eyrolles, 2017

Pellerin C. , *La boîte à outils du Community Manager - 2ed.*, Dunod, 2019

Ressources pédagogiques

Information à venir