



OUVERTURE JANVIER 2019

DIPLÔME D'UNIVERSITÉ COMMUNICATION ET MARKETING DIGITAL

Dans le contexte de transformation numérique, **l'intégration du digital** au coeur des pratiques professionnelles des **métiers de la communication et du marketing** est devenue indispensable. Cette formation diplômante propose une approche complète afin d'acquérir les connaissances théoriques et techniques transversales nécessaires à **l'élaboration et au déploiement d'une stratégie de communication et de marketing digitale cohérente et efficace.**

COMPÉTENCES VISÉES

- Acquérir une culture digitale
- Maîtriser les outils du marketing et de la communication digitale
- Concevoir une stratégie digitale pertinente et coordonner les actions nécessaires à sa mise en œuvre

ATOUTS

- Inscription libre au module, au bloc de compétences ou au cycle complet
- Rythme spécialement aménagé afin de permettre la poursuite de l'activité professionnelle
- Complémentarité des profils au sein de la promotion et richesse des échanges
- Des enseignements universitaires associés à l'expertise terrain d'intervenants en activité dans le domaine du digital
- Des compétences rapidement applicables aux pratiques professionnelles en place
- Possibilité de suivre la formation en 2 ans

PUBLICS

Formation tout public (salarié ou demandeur d'emploi) adaptée à :

- Tout professionnel de la communication, du marketing ou du commerce qui souhaite intégrer le digital à ses compétences et évoluer dans son poste
- Toute personne ayant des besoins en compréhension et application dans la communication et le marketing digital et qui souhaite gérer sa présence et les interactions avec ses clients sur le web efficacement.

PRÉ-REQUIS

Formation initiale ou expérience professionnelle dans les domaines de la communication et/ou du marketing avec une appétence pour le numérique.

Diplôme minimum requis : bac+2. Les personnes non titulaires d'un bac+2 ont la possibilité d'accéder à la formation par la procédure de Validation des Acquis Personnels et Professionnels (VAPP).

INFORMATIONS PRATIQUES

RYTHME

De janvier à décembre, à raison de 2 à 3 jours de formation par mois pour un total de 161h à 168h.

LIEUX

Formations réparties sur les sites d'Annecy-le-Vieux (74), de Jacob-Bellecombette (73) et du Bourget-du-Lac (73).

TARIFS

Cycle complet : 3864 € en financement conventionné et 2576 € en individuel (pour 161h).

Tarif des modules et des blocs à l'unité :

voir fiche de pré-inscription (p. 16-18).

FINANCEMENT

Plan de formation, Congé Individuel de Formation (CIF), Action individuelle de formation... Nous contacter.

[> CONSULTER LE PROGRAMME](#)

PROGRAMME

23 jours de formation (161h) répartis en 7 blocs de compétences et 1 projet de fin d'année
+1 journée focus optionnelle (7h)

1 Transformation digitale et impacts dans l'entreprise

- Les enjeux de la transformation numérique
- Le droit dans les projets numériques
- Mener un projet numérique

3 JOURS
Annecy

2 Ergonomie et webdesign

- User Experience Design (UX)
- Créer des images pour le web avec Photoshop (2j)
- Créer des documents interactifs avec Indesign (2j)

5 JOURS
Annecy

3 Technologies et développement

- Architecture du web
- Appréhender les CMS

2 JOURS
Bourget

4 Référencement et publicité payante

- Stratégie de référencement : naturel VS payant
- Les outils de suivi et de performance Google
- Mettre au point des campagnes publicitaires sur internet

3 JOURS
Bourget

5 Communication digitale

- Définir sa stratégie Brand Content
- Diffuser ses contenus de marque sur le web
- Veille numérique et e-reputation

3 JOURS
Jacob

6 Stratégie sur les réseaux sociaux

- Utiliser le top 5 des réseaux sociaux
- Mettre en place une stratégie social média adaptée à ses objectifs

2 JOURS
Annecy

7 Stratégie Marketing digital

- Identifier et mesurer des stratégies webmarketing
- Mettre en place sa stratégie marketing digital
- Acquisition de trafic et e-CRM
- Développement e-commerce

4 JOURS
Annecy

Projet de fin d'année

- Mise en application des compétences et connaissances acquises

1 JOUR
Annecy

JOURNÉE FOCUS (optionnelle *)
Le marketing digital en Chine

- Découverte de l'écosystème digital chinois

1 JOUR
Jacob

* journée non-incluse dans le cycle complet

> TARIFS - DATES - PRÉ-INSRIPTIONS

Inscriptions jusqu'au 07/01/2019

ORGANISATION

Chaque journée de formation est organisée selon l'amplitude 9h-12h / 13h-17h

VALIDATION DU DIPLOME

L'obtention du diplôme est conditionnée par :

- Le suivi complet du cursus de formation
- L'obtention de la moyenne aux évaluations

STAGE OPTIONNEL

Pour les participants souhaitant renforcer leurs pratiques et n'ayant pas d'activité professionnelle dans le secteur, un stage de 4 à 16 semaines pourra être effectué. Ce dernier n'a pas de caractère obligatoire. La validation de la convention de stage sera soumise à validation du responsable pédagogique.

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51



BLOC 1 / TRANSFORMATION DIGITALE ET IMPACTS DANS L'ENTREPRISE

3 modules - 21h - Dates : 21/01 - 22/01 - 01/02

M 1.1 / Les enjeux de la transformation numérique

21/01/2019 à Annecy-le-Vieux

Les enjeux liés aux technologies numériques
Les différents types de technologies numériques et leurs usages

Avantages, enjeux, opportunités et limites
Anticiper ses besoins en matière de technologies numériques

Les enjeux liés aux réseaux numériques
Types de réseaux numériques et spécificités
Enjeux, rôles et dangers des réseaux
Dimensionner ses besoins

Les enjeux liés aux compétences
Évolution des compétences en lien avec la transformation numérique
Enjeux, défis et opportunités métiers dans le domaine du numérique
Savoir reconnaître les compétences de demain

OBJECTIFS

- Connaître le rôle des technologies dans la digitalisation des entreprises, des industries et de la société contemporaine
- Comprendre le pouvoir des communautés numériques
- Appréhender l'impact du numérique dans la transformation des métiers du marketing et de la communication

M 1.2 / Le droit dans les projets numériques

22/01/2019 à Annecy-le-Vieux

Le droit de la propriété intellectuelle
Appréhender les bases du droit de la propriété intellectuelle pour respecter les droits des tiers mais aussi protéger ses créations

La responsabilité hébergeur/éditeur de contenus
Définir son rôle en tant que simple hébergeur ou éditeur de contenus et appréhender le régime de responsabilité qui en découle

La protection des données personnelles
Connaître la réglementation applicable en matière de traitement de données personnelles et se mettre en conformité avec le Règlement Général sur la Protection des Données personnelles (RGPD)
Utiliser des supports de travail incontournables, tels que le cahier des charges

OBJECTIFS

- Connaître les différents types de protection
- Respecter la législation et la réglementation applicables dans le cadre de ses projets numériques
- Sécuriser ses pratiques, valoriser et protéger son travail
- Éviter les litiges et les contentieux liés à la création et/ou à la diffusion de son projet numérique

> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS

> RETOUR AU PROGRAMME

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51



BLOC 1 / TRANSFORMATION DIGITALE ET IMPACTS DANS L'ENTREPRISE

3 modules - 21h - Dates : 21/01 - 22/01 - 01/02

M 1.3 / Mener un projet numérique

01/02/2019 à Annecy-le-Vieux

Le concept de projet numérique

Découvrir le concept de projet numérique
Définir le concept de projet ainsi que ses spécificités
Apprendre à connaître le déroulement d'un projet à travers ses différentes étapes

Le management du projet numérique

Conduire un projet à son terme avec le management de projet
Connaître les différents intervenants d'un projet
Recruter un bon prestataire

La réalisation du projet numérique

Réaliser un projet numérique de façon pertinente et performante
Piloter le projet numérique à travers une communication bien menée

OBJECTIFS

- Connaître les différentes étapes d'un projet numérique
- Bien recruter / gérer un prestataire
- Maîtriser les outils de la gestion de projet (cahier des charges, tableaux de bord)

[> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS](#)

[> RETOUR AU PROGRAMME](#)

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51



BLOC 2 / ERGONOMIE ET WEBDESIGN

3 modules - 35h - Dates : 15/02 - 04/03 et 25/03 - 02/04 et 29/04

M 2.1 / User Experience Design (UX)

15/02/2019 à Annecy-le-Vieux

Découverte du UX Design
UX et UI : définitions et différences
Evaluer une interface
Les notions d'usabilité et de taux de rétention

Une approche centrée utilisateur
Mener des entretiens d'utilisateurs
Personas et scénarii d'usages
L'utilisateur sur mobile

UX design en pratique
Mise en place de l'architecture de l'information
Scénarisation de la conception d'une interface
Prototypage et tests

OBJECTIFS

- Collaborer avec des UX designers
- Créer des fiche personas
- Détecter les scénarios d'interactions
- Créer des zonings et des wireframes
- S'adapter aux usages, aux supports (responsive design - web, tablette, mobile)
- Concevoir une arborescence de contenu

M 2.2 Créer des images pour le web avec Photoshop (2j)

04/03 et 25/03/2019 à Annecy-le-Vieux

Concevoir des images animées
Sélectionner des images et/ou des vidéos
Montage vidéo
Configurer l'animation pour la lecture
Exporter pour le web

Publier pour les médias sociaux
Configurer et définir les paramètres de publication sur Ligthroom CC

Enregistrer des images optimisées pour le web
Choisir le format, la résolution, et la méthode de compression

Automatiser les retouches et les traitements des images
Concevoir une galerie photo pour le web
Créer et enregistrer des scripts
Traiter les image par lots

OBJECTIFS

- Créer et modifier des objets dynamiques
- Gagner du temps avec l'automatisation de retouche et de traitement des images
- Concevoir des images esthétiques pour les médias sociaux
- Créer des animations sonorisées
- Publier pour les médias sociaux

> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS

> RETOUR AU PROGRAMME

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51



BLOC 2 / ERGONOMIE ET WEBDESIGN

3 modules - 35h - Dates : 15/02 - 04/03 et 25/03 - 02/04 et 29/04

M 2.3 / Créer des documents interactifs avec Indesign (2j)

02/04 et 29/04/2019 à Annecy-le-Vieux

Créer un document complexe en automatisation
Appliquer des paginations automatiques
Gérer les styles de textes

Ajouter des médias audiovisuels dans un document
Intégration de fichier et modification des paramètres
Gérer l'affichage

Créer des objets interactifs
Utilisation des hyperliens, boutons et effets
d'animation dans un document interactif

Créer un livre pour tablette
Optimiser ses publications avec Digital Publishing
suite

Diffuser un document interactif pour le web
Paramétrer une version digitale d'un document avec
Publish Online



OBJECTIFS

- Concevoir un document complexe type magazine ou livre en automatisation
- Créer des documents interactifs et innovants
- Publier des contenus séduisants pour les médias sociaux

[> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS](#)

[> RETOUR AU PROGRAMME](#)

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51



BLOC 3 / TECHNOLOGIES ET DEVELOPPEMENT WEB

2 modules - 14h - Dates : 13/05 - 27/05

M 3.1 / Architecture du web

13/05/2019 au Bourget-du-Lac

Architecture Client/Serveur

Les différents acteurs des échanges sur internet
Les différents protocoles
Les principaux outils logiciels
Différencier les contenus statiques et dynamiques
Sécurité et éthique du web

Langages du web

Comprendre le besoin de multiples langages
Les usages de chaque langage du web
La structure d'une page web
Modifier un contenu dans une page statique ou dynamique
Modifier une mise en forme existante

OBJECTIFS

- Connaître les différents intervenants techniques d'un projet web
- Créer, modifier ou supprimer du contenu en ligne

M 3.2 / Appréhender les CMS

27/05/2019 au Bourget-du-Lac

Principes généraux

Rôles et usages des CMS
Différencier les CMS principaux
Les pré-requis techniques
Les différents types de contenus
Les critères de choix de CMS

Cas appliqués

Créer et modifier des contenus variés dans deux CMS connus : Wordpress et Prestashop
Savoir personnaliser un CMS
Connaître les principes de déploiement d'un CMS

OBJECTIFS

- Appréhender les principes généraux des CMS
- Intervenir sur les contenus d'un CMS

> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS

> RETOUR AU PROGRAMME

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51



BLOC 4 / RÉFÉRENCIEMENT ET PUBLICITÉ PAYANTE

3 modules - 21h - Dates : 03/06 - 11/06 - 24/06

M 4.1 / Développer une stratégie de référencement : naturel VS payant

03/06/2019 au Bourget-du-Lac

SEO : référencement naturel

Découvrir les leviers d'une optimisation naturelle
Comprendre le SEO comme un enjeu stratégique global

SEA : Google Adwords

Les différentes stratégies inhérentes au SEA
Déterminer des objectifs marketing pour définir la meilleure stratégie d'enchères.

SMO : Social Media Optimization

Connaître les différentes techniques de prise de parole sur les réseaux sociaux
Piloter une stratégie adaptée à ses objectifs

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux des stratégies de référencement
- Utiliser les différents outils de référencement pour s'assurer une visibilité optimale sur le web
- Mesurer les performances de sa stratégie de référencement

M 4.2 / Maîtriser les outils de suivi et de performance Google

11/06/2019 au Bourget-du-Lac

Découverte, manipulation de la suite publicitaire Google :

- Google Analytics
- Google Adwords
- Google Adsense
- Google GSP

Créer des campagnes publicitaires avec les outils Google

OBJECTIFS

- Maîtriser la suite publicitaire Google
- Créer des campagnes adaptées à son budget et ses objectifs

> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS

> RETOUR AU PROGRAMME

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51



BLOC 4 / RÉFÉRENCIEMENT ET PUBLICITÉ PAYANTE

3 modules - 21h - Dates : 03/06 - 11/06 - 24/06

M 4.3 / Mettre au point des campagnes publicitaires sur internet

24/06/2019 au Bourget-du-Lac

Facebook Ad's

Découvrir et manipuler l'interface

Apprendre à créer des campagnes

Mettre au point des stratégies différentes selon ses objectifs

Maîtriser les formats, optimisations, et le ciblage de ses campagnes

Linkedin

Découvrir et manipuler l'interface

Apprendre à créer des campagnes

Mettre au point des stratégies différentes selon ses objectifs

Maîtriser les formats, optimisations, et le ciblage de ses campagnes

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux des stratégies de référencement
- Mesurer les performances de sa stratégie digitale
- Comprendre les mécanismes d'une stratégie efficace

[> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS](#)

[> RETOUR AU PROGRAMME](#)

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51



BLOC 5 / COMMUNICATION DIGITALE

3 modules - 21h - Dates : 08/07 - 09/07 - 05/09

M 5.1 / Définir sa stratégie Brand Content

08/07/2019 à Jacob-Bellecombette

Brand content (contenu de marque)

Le brand content, un nouveau mode de communication pour les marques
Le storytelling au service de la marque
Les best practices du brand content

Panorama des contenus

Contenus qualitatifs, les différents formats (webinar, livre blanc, article de blog, live, etc.)
Le pouvoir de la vidéo

Identité de marque, stratégie et ligne éditoriale

Définir son identité de marque
Connaître ses cibles et leurs besoins
Définir sa ligne éditoriale
Programmer un calendrier de diffusion

OBJECTIFS

- Appréhender les notions liées au contenu de marque
- Déterminer son positionnement de marque
- Elaborer sa stratégie brand content en adoptant les bons contenus

M 5.2 / Diffuser ses contenus de marque sur le web

09/07/2019 à Jacob-Bellecombette

Création de contenus

Veille éditoriale, les sources d'inspiration pour du contenu de qualité
Rédaction web : les techniques à connaître
Création de visuels : des outils simples pour vous aider à concevoir des contenus de qualité
Utiliser sa communauté pour générer du contenu

Stratégie de diffusion

L'utilisation des différents canaux de diffusion
Favoriser l'engagement sur ses contenus

Evaluer la performance de sa stratégie

Notoriété, acquisition, conversion, fidélisation : définir ses objectifs et ses indicateurs
Mesurer la performance de ses publications

OBJECTIFS

- Créer des contenus de marque adaptés au web et à sa stratégie d'entreprise
- Sélectionner les formats adaptés et les bons canaux de diffusion
- Evaluer la performance de ses contenus

> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS

> RETOUR AU PROGRAMME

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51



BLOC 5 / COMMUNICATION DIGITALE

3 modules - 21h - Dates : 08/07 - 09/07 - 05/09

M 5.3 / Veille numérique et e-reputation

05/09/2019 à Jacob-Bellecombette

Les enjeux de la veille au quotidien

Comprendre les processus à formaliser dans tous types d'organisation pour :

- Définir un périmètre de veille
- Comprendre les processus clés
- Structurer un processus de surveillance

Veille e-réputation

Les spécificités de la thématique de veille

Identifier les zones de danger pour la réputation de votre entreprise

Utiliser les outils adaptés à votre business

La mécanique d'une crise



OBJECTIFS

- Structurer un processus de surveillance
- Identifier les zones de danger pour la réputation de votre entreprise
- Utiliser les outils adaptés à votre business
- Comprendre la mécanique d'une crise

[> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS](#)

[> RETOUR AU PROGRAMME](#)

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51



BLOC 6 / STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

2 modules - 14h - Dates : 06/09 - 20/09

M 6.1 / Utiliser le top 5 des réseaux sociaux

06/09/2019 à Jacob-Bellecombette

Créer et gérer efficacement un compte entreprise sur les principaux réseaux sociaux :

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Instagram

Animer ses communautés

A chaque réseau ses particularités : profils, types de contenus, tons et style d'écriture
Usages et bonnes pratiques

Utiliser Youtube dans sa stratégie social média
Créer une chaîne et viraliser ses vidéos

OBJECTIFS

- Choisir les réseaux sociaux adaptés à ses besoins
- Gérer et animer ses communautés sur les réseaux sociaux
- Intégrer la vidéo dans sa stratégie social média

M 6.2 / Mettre en place une stratégie social média adaptée à ses objectifs

20/09/2019 au Bourget-du-Lac

Stratégie sur les réseaux sociaux

Les différentes stratégies à envisager sur les réseaux sociaux

Les 7 étapes d'une stratégie réussie

Notoriété ou recrutement ?

Appréhender la différence entre Social Média et social selling

Cadrer sa stratégie Social Media

Mesurer les performances de sa stratégie

Définir un budget et des critères

Appliquer une méthode

Mettre au point un planning

Utiliser les outils de monitoring

OBJECTIFS

- Savoir mettre en place une stratégie social média adaptée à ses objectifs et à ses ressources
- Suivre et évaluer la performance de sa stratégie

> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS

> RETOUR AU PROGRAMME

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51



BLOC 7 / STRATÉGIE MARKETING DIGITALE

4 modules - 28h - Dates : 07/10 - 14/10 - 04/11 - 18/11

M 7.1 / Savoir identifier et mesurer des stratégies webmarketing

07/10/2019 à Annecy-le-Vieux

Panorama des différentes stratégies webmarketing
Différences et complémentarité

Définir sa stratégie webmarketing :

- Inbound & outbound marketing
- Leadnurturing
- Marketing automation & Growthhacking

OBJECTIFS

- Maîtriser les différentes méthodes, et outils pour mettre au point sa stratégie webmarketing

M 7.2 / Mettre en place sa stratégie selon ses objectifs et son entreprise

14/10/2019 à Annecy-le-Vieux

Définir une stratégie selon ses objectifs
Apprendre à définir des objectifs
Concevoir des objectifs transversaux avec le service marketing de son entreprise

Budgéter sa stratégie

Définir un tableau de bord financier
Créer des ratios financiers pour faciliter le reporting

Mesurer sa stratégie

Définir des critères une méthode et un planning
Utiliser des outils de mesure et de monitoring

OBJECTIFS

- Adapter sa stratégie marketing digitale aux objectifs, au budget en fonction des évolutions de son entreprise

[> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS](#)

[> RETOUR AU PROGRAMME](#)

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51



BLOC 7 / STRATÉGIE MARKETING DIGITALE

4 modules - 28h - Dates : 07/10 - 14/10 - 04/11 - 18/11

M 7.3 / Acquisition de trafic et e-CRM

04/11/2019 à Annecy-le-Vieux

Acquisition de trafic en ligne

L'étude des mots-clés

La création d'une communauté sur Facebook

Acquisition de trafic et fidélisation client : le rôle de la GRC

La dimension stratégique de la GRC

La dimension « système » de la GRC

Web 2.0, Social CRM et engagement du client en ligne

A propos du web 2.0

De la GRC au SCRUM

L'engagement en ligne du consommateur

OBJECTIFS

- Comprendre le processus d'acquisition de trafic via le marketing digital
- Comprendre la notion de gestion de la relation client et de ses enjeux
- Comprendre le concept de marketing relationnel
- Comprendre le concept de Social CRM et du rôle actif du consommateur

M 7.4 / Développement e-commerce

18/11/2019 à Annecy-le-Vieux

Notions de base sur le e-commerce

Les différentes façons de faire du e-commerce

L'adoption du e-commerce par les consommateurs

L'adaptation au e-commerce par les entreprises

Les axes de développement du e-commerce

Comportement du consommateur en ligne

Processus d'achat d'un consommateur

Parcours client sur un site de e-commerce

Notions clés pour la réalisation d'un site e-commerce

Contenu d'un site de e-commerce

Les enjeux du site de e-commerce

OBJECTIFS

- Connaître les axes de développement et les différents modèles d'affaire de e-commerce
- Connaître les notions clés pour la réalisation d'un site de e-commerce
- Comprendre les stratégies de commercialisation et le comportement du consommateur en ligne

> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS

> RETOUR AU PROGRAMME

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon

maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler

christelle.dopler@univ-smb.fr

04 50 09 22 51

www.univ-smb.fr



Journée Focus (optionnelle)

LE MARKETING DIGITAL EN CHINE

25/11/2019 à Annecy-le-Vieux

Découverte de l'écosystème digital chinois
Principaux acteurs et outils
Particularités des internautes chinois
Comment construire une stratégie digitale sur la Chine

Aspects opérationnels

Zoom sur les 3 grands outils chinois :

- Weibo
- T-Mall
- WeChat



OBJECTIFS

- Découvrir l'écosystème digital Chinois : les principales plate-formes Chinoises et les comportements digitaux spécifiques des consommateurs Chinois

[> TARIFS - DATES - PRÉ-INSCRIPTIONS](#)

[> RETOUR AU PROGRAMME](#)

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Maxime Bourbon
maxime.bourbon@univ-smb.fr

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
04 50 09 22 51

P. 1/3

Université Savoie Mont Blanc

Service Formation Continue
Domaine universitaire d'Annecy-le-Vieux
9 rue de l'Arc-en-Ciel
74940 Annecy-le-Vieux

Document à renvoyer à :

Secrétariat Formation Continue

christelle.dopler@univ-smb.fr

Tél. +33(4) 50 09 22 51

formation.continue@univ-smb.fr

www.univ-smb.fr

Instructions pour remplir, imprimer et envoyer le formulaire en version PDF

Accéder aux formulaires en ligne

Adobe Acrobat Reader doit être intégré à votre navigateur Web pour vous permettre de remplir les formulaires en ligne.

Les utilisateurs peuvent parfois avoir des difficultés à imprimer ou même à ouvrir des formulaires en ligne. Si tel est le cas, essayez de sauvegarder le formulaire sur votre disque dur (sélectionner «Enregistrer sous» ou «Enregistrer le lien sous» en cliquant sur le bouton droit de la souris tout en vous déplaçant sur le lien du formulaire désiré) et puis d'ouvrir et de remplir le formulaire localement en utilisant **Adobe Acrobat Reader**.

Compléter le formulaire

Ouvrez le formulaire en utilisant Adobe Acrobat Reader ou Adobe Acrobat. Acrobat Reader vous permettra de remplir, imprimer, sauvegarder et envoyer le formulaire rempli par e-mail.

Une fois le formulaire ouvert, avec le bouton gauche de la souris, cliquez sur le champ à remplir et insérez votre texte. Une fois l'information rentrée, cliquez en dehors du champ qui vient d'être rempli ou appuyez sur la touche «tab» pour vous rendre au champ suivant. Pour cocher les cases, cliquez simplement sur la case avec la souris, ce qui fera apparaître un «X». Pour supprimer le «X», cliquez à nouveau sur la case.

Une fois le formulaire rempli, vérifiez bien que tout le texte est visible sur la feuille imprimée. Le fait d'insérer des retours de paragraphe en utilisant la touche «entrer» peut faire sortir le texte de l'espace disponible, le faisant ainsi disparaître du formulaire. Pour vérifier que le contenu d'un champ est bien visible, appuyez simplement sur la touche «tab» ou cliquez en dehors du champ. Si le texte inséré n'est pas visible, essayez de supprimer certains retours de paragraphe ou réinsérez le texte.

DU COMMUNICATION & MARKETING DIGITAL / DATES & TARIFS

	Dates		Choix
BLOC 1 / TRANSFORMATION DIGITALE ET IMPACTS DANS L'ENTREPRISE			
1.1 / Les enjeux de la transformation numérique / 1 jour	21/01/2019		
1.2 / Le droit dans les projets numériques / 1 jour	22/01/2019		
1.3 / Mener un projet numérique / 1 jour	01/02/2019		
BLOC 2 / ERGONOMIE ET WEBDESIGN			
2.1 / User Experience Design (UX) / 1 jour	15/02/2019		
2.2 / Créer des images pour le web avec Photoshop / 2 jours	04/03/2019	25/03/2019	
2.3 / Créer des documents interactifs avec Indesign / 2 jours	02/04/2019	29/04/2019	
BLOC 3 / TECHNOLOGIES ET DEVELOPPEMENT WEB			
3.1 / Architecture du web / 1 jour	13/05/2019		
3.1 / Appréhender les CMS / 1 jour	27/05/2019		
BLOC 4 / RÉFÉRENCIEMENT ET PUBLICITÉ PAYANTE			
4.1 / Développer une stratégie de référencement / 1 jour	03/06/2019		
4.2 / Maîtriser les outils de suivi et de performance Google / 1 jour	11/06/2019		
4.3 / Mettre au point des campagnes publicitaires sur internet / 1 jour	24/06/2019		
BLOC 5 / COMMUNICATION DIGITALE			
5.1 / Définir sa stratégie Brand Content / 1 jour	08/07/2019		
5.2 / Diffuser ses contenus de marque sur le web / 1 jour	09/07/2019		
5.3 / Veille numérique et e-reputation / 1 jour	05/09/2019		
BLOC 6 / STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX			
6.1 / Utiliser le top 5 des réseaux sociaux / 1 jour	06/09/2019		
6.2 / Mettre en place une stratégie social média / 1 jour	20/09/2019		
BLOC 7 / STRATÉGIE MARKETING DIGITALE			
7.1 / Savoir identifier et mesurer des stratégies webmarketing / 1 jour	07/10/2019		
7.2 / Mettre en place sa stratégie selon ses objectifs et son entreprise / 1 jour	14/10/2019		
7.3 / Acquisition de trafic et e-CRM / 1 jour	04/11/2019		
7.4 / Développement e-commerce / 1 jour	18/11/2019		
Journée Focus (optionnelle) / Le marketing digital en Chine / 1 jour / 25/11/2019			
Projet de fin d'année / 1 jour / 09/12/2019			
DIPLÔME D'UNIVERSITÉ COMPLET (161h / hors journée focus optionnelle)			
	21/01/2019	09/12/2019	
Nombre de jours	Heures	Tarifs conventionnés	Tarifs individuels
1	7	385 €	245 €
2	14	770 €	490 €
3	21	1050 €	630 €
4	28	1400 €	840 €
5	35	1750 €	1050 €
6	42	2100 €	1260 €
7	49	1960 €	1225 €
8	56	2240 €	1400 €
9	63	2520 €	1575 €
10	70	2450 €	1400 €
11	77	2695 €	1540 €
12	84	2940 €	1680 €
Diplôme d'Université complet (161 heures) :		3864 €	2576 €
<i>J'atteste avoir pris connaissance des prérequis nécessaires pour cette formation :</i>			Oui

Université Savoie Mont Blanc
Service Formation Continue
Domaine universitaire d'Annecy-le-Vieux
9 rue de l'Arc-en-Ciel
74940 Annecy-le-Vieux

Document à renvoyer à :

Secrétariat Formation Continue
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. +33(4) 50 09 22 51

formation.continue@univ-smb.fr
www.univ-smb.fr

Imprimer le formulaire

Une fois que vous aurez terminé de remplir le formulaire, cliquez n'importe où dans le formulaire ou appuyez sur la touche «tab» pour fermer le dernier champ qui vient d'être rempli. Choisissez l'option «**impression**» soit dans le menu «fichier» soit en sélectionnant l'**icône «impression»**. Une fois la boîte de dialogue «impression» ouverte, sélectionnez l'option «ajuster en fonction de la page». Suite à cette opération, la page que vous verrez sur votre écran correspondra à la page imprimée par votre imprimante. Si vous ne choisissez pas cette option, une partie du formulaire peut ne pas être imprimée.

Envoyer le formulaire

Une fois le formulaire rempli, cliquez n'importe où dans le formulaire ou appuyez sur la touche «tab» pour fermer le dernier champ qui vient d'être rempli. Sauvegardez votre formulaire. Choisissez l'option «**envoyer le fichier**» soit dans le menu «fichier» soit en sélectionnant l'**icône «enveloppe»**.

Document à renvoyer à :

Secrétariat Formation Continue
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. +33(4) 50 09 22 51

Ce document ne constitue pas un engagement définitif et n'a pas de valeur contractuelle. Il s'agit d'une pré-inscription visant à élaborer l'inscription officielle. Lorsque vous choisissez de communiquer vos données à caractère personnel, vous donnez expressément votre consentement pour la collecte et l'utilisation de celles-ci conformément à la législation en vigueur.

PARTICIPANT	
Civilité :	
Nom :	
Prénom :	
Date de naissance :	
Lieu de naissance :	
Téléphone fixe :	
Mobile :	
E-mail :	
Diplôme / Niveau :	
Statut :	
Fonction :	
ADRESSE DU PARTICIPANT	
Rue :	
Ville :	
Code Postal :	
EMPLOYEUR	
Raison sociale :	
Groupe :	
SIRET :	
Code NAF :	
Activité :	
ADRESSE DE L'ENTREPRISE	
Rue :	
Ville :	
Zone d'activité :	
Code postal :	
Pays :	
INFORMATIONS SUR L'ENTREPRISE	
Téléphone (standard) :	
Mail (générique) :	
Site web :	
REPRÉSENTANT DE L'ENTREPRISE	
Civilité :	
Prénom :	
Nom :	
Service / département :	
Fonction :	
Ligne directe :	
Mobile :	
E-mail :	
L'ORGANISME DE FORMATION	
Raison sociale :	UNIVERSITÉ SAVOIE MONT BLANC / S.U.F.C.E.P.
N° déclaration d'activité :	8273 P 000273
Adresse :	Domaine universitaire d'Annecy-le-Vieux 9 rue de l'Arc-en-Ciel 74940 Annecy-le-Vieux
Représenté par :	Denis VARASCHIN, Président

Université Savoie Mont Blanc
Service Formation Continue
Domaine universitaire d'Annecy-le-Vieux
9 rue de l'Arc-en-Ciel
74940 Annecy-le-Vieux

Document à renvoyer à :

Secrétariat Formation Continue
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. +33(4) 50 09 22 51

formation.continue@univ-smb.fr
www.univ-smb.fr

DISPOSITIONS FINANCIÈRES		
LE MONTANT EST PRIS EN CHARGE PAR		
Vous-même :	Oui	Non
Pôle-Emploi :	Oui	Non
Le Fongecif :	Oui	Non
Votre entreprise :	Oui	Non
DANS CE DERNIER CAS PRÉCISEZ LES MODALITÉS DE RÈGLEMENT		
Règlement direct par l'entreprise :	Oui	Non
Délégation de paiement auprès de l'OPCA de l'entreprise :	Oui	Non
Somme prise en charge par l'OPCA :	€	> Si connu
Solde restant à la charge de votre entreprise :	€	> Si connu
ADRESSE DE L'OPCA		
Nom de l'OPCA :		
Rue :		
Ville :		
Code postal :		
CONTACT DANS L'OPCA		
Civilité :		
Prénom :		
Nom :		
Téléphone :		
E-mail :		

Ce document ne constitue pas un engagement définitif et n'a pas de valeur contractuelle. Il s'agit d'une pré-inscription visant à élaborer l'inscription officielle. Lorsque vous choisissez de communiquer vos données à caractère personnel, vous donnez expressément votre consentement pour la collecte et l'utilisation de celles-ci conformément à la législation en vigueur.