


 <p><b>GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT</b> TECHNOLOGY &amp; INNOVATION <small>une école</small> </p>	<h1>Marketing Digital</h1>	<h2>Syllabus</h2>
---	----------------------------	-------------------

<b>Programme</b>	Marketing, Marque et Communication	<b>Année</b>	2023-2024
<b>Responsable de module</b>	—	<b>Département</b>	—
<b>Intervenant</b>	Hubert Kratiroff (hubert@kratiroff.com - 06 80 43 29 05)		

<b>Nb d'heures face à face</b>	24H	<b>Nb d'heures de travail</b>	24H	<b>Coefficient</b>	—	<b>Crédits ECTS</b>	2
--------------------------------	-----	-------------------------------	-----	--------------------	---	---------------------	---

<b>Objectifs pédagogiques</b>	<p>Dresser une revue de l'état de l'art digital et établir une synthèse des grands courants de pensée sur la digitalisation ;</p> <p>Appréhender les évolutions du digital et se projeter dans les nouvelles pratiques, attentes, implications des nouvelles générations ;</p> <p>Prise de conscience des possibilités d'arrivées de nouveaux acteurs disruptifs dans un monde sans limite ;</p> <p>Utiliser les personas et users stories avec leur intégration dans la globalité du parcours client ;</p> <p>Intégrer les nouvelles attentes des utilisateurs avec les stratégies InBound / Permission ;</p> <p>Comprendre le rôle éditorial de l'entreprise, comprendre la place dans les médias sociaux de l'entreprise ;</p> <p>Préparer et défendre le plan marketing digital et la stratégie digitale ;</p> <div style="text-align: center;">  </div>
<b>Découpage thématique des sujets</b>	<p><b>8 séances de 3h avec quiz, interactions d'audience, workshops.</b></p> <p><b>Séance 1 (3 heures, difficulté 1/5) : Introduction : Digital Mindset</b>  Définitions, taxinomie, décompositions, les « role model » du digital  Analyse : VUCA, 3 piliers du digital,  Écosystème digital : Business Model, API, SAAS,  Juridique : DMA, DSA, Cookiless  Place du CRM et de l'ABM</p> <p><b>Séance 2 (3 heures, difficulté 3/5) : Innovation : NewWorld</b>  Piloter l'innovation : NBIC, Web3, IA, Métavers, industry 4.0  Pervasion : innovation et cycle hype de Gartner  Évolutions et perspectives des réseaux sociaux  Startup, DNVB, licorne, incubateur, VC, pitch et agilité</p> <p><b>Séance 3 (3 heures, difficulté 2/5) : UX : NoLimit</b>  UX, CX, EX, UE, approche spécifique de la vente en ligne : parcours clients, outils d'analyse ergonomique des étapes de l'information  MCA : market contact audit, point de contact  Persona et carte d'empathie  Optin/out, nudge, embasement, mobile marketing  Omnicanalité et réseaux sociaux des clients</p>

	<p><b>Séance 4 (3 heures, difficulté 2/5) : Visibilité : SEO, SEA et autres search</b>  Comment capter du trafic : le SEO et SEA  Navigateurs, moteurs de recherche et IA  ASO (magasin d'application), Social Media Optimisation, Retail Media (e-commerce)  Le référencement, SERP, PPC, CPM et PPA  Voice search, e-reputation, effet Streisand, fake news, astroturfing</p> <p><b>Séance 5 (3 heures, difficulté 2/5) : Brand Content, stratégies de contenu et influence marketing</b>  Curation (méthodes, outils, pratiques, exercices), POEM et DAM  Veille technologique : les meilleures sources, les meilleures pratiques (partage d'expérience)  Le blog/Vlog d'entreprise et l'écriture pour le web (exercice pratique sur WordPress ou autre CMS)  Storytelling et copywriting  Email marketing, Social Media marketing, influence marketing</p> <p><b>Séance 6 (3 heures, difficulté 4/5) : AdTech - MarTech</b>  MarTech (marketing technologies) et AdTech (advertising technologies)  Programmatic, Affiliation,  ecommerce display,  Retail marketing et réseaux sociaux  Mobile AB, InGame, InStream AD</p> <p><b>Séance 7 (3 heures, difficulté 5/5) : DATA for ALL</b>  GA4, Google Tag Management, Google Search Console  Sale Funnel, ABTest, Marketing Automation  Data Driven Marketing : la collecte des données (tag, cookie, third party data)  Outils d'analyse de données  NPS : intérêt, méthode, outils, pratique par l'exemple  Méthodes de recueil d'information auprès des cibles internes et externes  Mise en place de baromètres de satisfaction rapides et efficaces</p> <p><b>Séance 8 (3 heures, difficulté 5/5) : Plan et stratégie digitales</b>  La plateforme de l'économie  Sale Funnel, Funnelytics : utilisation des points de contact brand content et réseaux sociaux  Growth Hacking, Inbound, PLG (Product Led Growth)  Cookiless et embasement  CRO, A2R2, AAARRR</p>
<b>Méthodes d'enseignement</b>	Correction des quiz (7) Dictionnaire des acronymes et sigles (300) <a href="https://www.toutsurlemarketing.com/DOC/acronyme.pdf">toutsurlemarketing.com/DOC/acronyme.pdf</a> Lexique des termes principaux (150) <a href="https://www.toutsurlemarketing.com/DOC/lexique.pdf">toutsurlemarketing.com/DOC/lexique.pdf</a> Travaux de groupe Travaux de présentation Pitch Deck Cas pratiques Projet Vidéo de la série HiFolks annonce de chaque cours youtube.com & twitch.com MiniSite projet du cours MMC ( <a href="http://www.toutsurlemarketing.com/MMC/">www.toutsurlemarketing.com/MMC/</a> )
<b>Évaluations</b>	Évaluation collective sous la forme de travaux pratiques en groupe : Présentation de thématiques : oral et écrit pour workshop (16 notes de groupes) Quiz individuels (7 quiz)
<b>Bibliographie</b>	<b>En anglais</b> CHAFFEY, Dave et ELLIS-CHADWICK, Fiona. <i>Digital marketing</i> Tony HSIEH, <i>Delivering Happiness</i> Simon Sinek, <i>Start With Why</i> Seth Godin, <i>Purple Cow</i> , Richard Thaler, <i>Nudge</i> , Peter Thiel, <i>Zero to One</i>

Steve Krug Don't make me think

Eric Ries : Lean Startup

Gary Vee : Jab, jab

Pulizzi : content

Cialdini : influence

### **En français**

Petite Poucette Michel Serres

Nicolas Deroualle Laetitia Theodore , Digital Marketing

Kotler, Marketing 4.0 le passage au digital,

Lendrevie, Mercator à l'ère digitale !

### **Sites internet**

Innovation : <https://www.fastcompany.com/most-innovative-companies/list>

UseCase : <https://marketingexamples.com/inspiration>

Audience : <https://sparktoro.com/>

<https://www.groupm.com/mid-year-advertising-forecast-2023/>

AdTech - MarTech

<https://martechmap.com/>

<https://martech.org/martech-topics/>

### **Vidéos**

GDIY de Cosa Vostra : <https://www.youtube.com/@mattstefani/>

BT : <https://www.youtube.com/@BloombergTechnology>

Growth : <https://www.youtube.com/@yannleonardi>

Innovation : <https://www.youtube.com/@TED>

Inbound : <https://www.youtube.com/@HubSpotMarketing>

NFT : <https://www.youtube.com/@garyvee>

AdTech : <https://www.youtube.com/@MNTN>

SEO : <https://www.youtube.com/@GoogleAnalytics>

### **Articles**

Statistiques réseaux sociaux : <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/>

Growth : <https://romainsaillant.com/blog/growth/modele-growth.html>

Innovation : <https://futuretodayinstitute.com/reports/> + <https://www.gartner.com/en/articles/gartner-top-10-strategic-technology-trends-for-2023>

<https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights>

<https://intelligence.weforum.org/topics>

Amy Webb conférence SXSW : <https://www.youtube.com/watch?v=vMUpxzB3-Y>

*Tous les livres sont consultables en lien sur [toutsurlemarketing.com/MMC/](https://toutsurlemarketing.com/MMC/)*

