

CONTENU DE LA FORMATION

En plus du Stage de Fin de Formation qui compte l'équivalent de 40 h, le dispositif pédagogique est composé de 10 Unités d'Enseignement d'un volume horaire globale de 500 h réparties sur deux années.

- UE1 : Stratégie digitale et management stratégique
- UE2 : Marketing international et logistique
- UE3 : E-comportement du consommateur et gestion de la relation client
- UE4 : Gestion des processus métier (BPM Entrepreneuriat digital)
- UE5 : Stratégie de contenu et Inbound Marketing
- UE6 : Stratégie de distribution et commerce connecté
- UE7 : Création de site internet et technologie de web
- UE8 : Analyse de données web
- UE9 : Droit et Internet
- UE10: Projet Professionnel et développement personnel

ORGANISATION DE LA FORMATION



La formation se déroulera à distance et en présentiel à la Faculté des Sciences Juridiques, Économiques & Sociales-Agdal, sur deux années universitaires. Elle sera dispensée en temps normal les vendredis (de 18h à 21h) et les samedis (de 9h à 12h) et (de 13h à 15h).

PUBLIC CIBLE

- Licence fondamentale ou professionnelle en économie ou gestion ou équivalent
- Bac+3 ou bac+4 dans les domaines : Gestion, économie, management, communication...

La disruption causée par le rythme rapide des perturbations numériques a contraint les entreprises à remplacer les canaux de marketing traditionnels par de nouveaux supports de communications connectés : smartphones, médias sociaux, marketing en ligne / vidéo et e-mail. L'uberisation de l'économie, l'émergence de l'économie collaborative, l'avènement des plateformes e-business et Marketplace ont créé une situation de pénurie importante en compétences du e-commerce. Ce diplôme est créé pour répondre au besoin pressant en compétences dans les métiers de l'Internet. Le programme de cette formation, cible principalement les personnes (étudiants, salariés) qui désirent peaufiner leur projet professionnel en conjuguant le marketing et Internet.



Volume horaire total de la formation : 500H

Coût total de la formation : 28000 DH

COMPÉTENCES À ACQUÉRIR

- Etudier et analyser les comportements du e-consommateur.
- Manager les réseaux sociaux et la e-réputation de la marque.
- Concevoir des business models sur Internet.
- Gérer la relation client par les outils du digital (e-CRM, S-CRM, social-CRM).
- Gérer des campagnes de communication digitale (Display, SEO, SEM, SMO, Affiliation).
- Gérer la stratégie de distribution en ligne. Etc.

