Fiche descriptive d’une unité d’enseignement (UE)

et des éléments constitutifs d’une unité d’enseignement (ECUE)

|  |
| --- |
| Intitulé de l’UEVeille marketing et Identité numérique |

|  |
| --- |
| Nombre des crédits: ...7... |
| Code UE : …UE21... |

|  |  |
| --- | --- |
| Université : Manouba | Etablissement : ISCAE – ESEN |

|  |  |
| --- | --- |
| Domaine de formation : Economie et Gestion  | Mention : Management  |
| Diplôme et ParcoursLA …………………..………..…………… Parcours : ………………………MP Veille et intelligence Compétitive … Parcours : ………………………MR ………………..………..………… … Parcours : ………………… …… | Semestre 2 |

1- Objectifs de l’UE (Savoirs, aptitudes et compétences)

|  |
| --- |
| **Assurer par cet apprentissage une meilleure compréhension des marchés et des consommateurs dans le but d’améliorer la prise de décision en marketing, et d’apprendre à soigner son image de marque en amont en protégeant sa marque (techniques et astuces), et en aval en effectuant une veille efficace, en sachant réagir si besoin (outils et conseils).** |

2- Pré-requis (définir les UE et les compétences indispensables pour suivre l’UE concernée)

|  |
| --- |
| Maitrise des outils bureautiques et internet (navigation, recherche documentaire, traitement de l’information, travail collaboratif en ligne,…) |

3- Eléments constitutifs de l’UE (ECUE)

3.1- Enseignements

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Eléments constitutifs | **Volume des heures de formation présentielles (14 semaines** | Crédits |
|  | Cours | TD | TP | Autres |
| **1- Veille Marketing** | 21 |  |  |  | 4 |
| **2 –Identité numérique et e-réputation** | 21 |  |  |  | 3 |
| **Total** | 42 |  |  |  | 7 |

3.2- Activités pratiques (Projets, stages, mémoires…..)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Activités pratiquesde l’UE | Durée | Crédits |
| Travaux sur terrain | Projets | Stages | Autres |
|  | Rendus d’exposés | Etudes de cas |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Total |  |  |  |  |  |

4- Contenu (descriptifs et plans des cours)

4.1- Enseignements (Présenter une description succincte des programmes de chaque ECUE et joindre le programme détaillé à la fiche descriptive de l’UE)

|  |
| --- |
| 1- Présentation des principaux concepts et fondements de la Veille Marketing. |
| 2- Présentation des principales pratiques de gestion de l’identité numérique. |

4.2- Activités pratiques de l’UE (Présenter une description succincte des objectifs, des contenus et des procédures d’organisation de chaque activité)

|  |
| --- |
| 1- Permettre à l’apprenant de comprendre la veille marketing et son rôle dans la collecte et l’exploitation de l’information stratégique et concurrentielle. |

5- Méthodes pédagogiques et moyens didactiques spécifiques à l’UE (méthodes et outils pédagogiques, ouvrages de référence, recours aux TIC – possibilités d’enseignement à distance…)

|  |
| --- |
| Les projets seront présentés en classe par les étudiants et discutés en groupes avec l’enseignant |
| Des échanges par e-mail et dans des forums pédagogiques sont prévus |
|  |
| ………………………………………………………………………………………………………… |

6- Examens et évaluation des connaissances

6.1- Méthode d’évaluation et régime d’examens (Préciser le régime d’évaluation préconisé : contrôle continu uniquement ou régime mixte :contrôle continue et examens finaux)

|  |
| --- |
| Régime mixte |
| ………………………………………………………………………………………………………… |

6.2 - Validation de l’UE (préciser les poids des épreuves d’examens pour le calcul de la moyenne de l’ECUE, les coefficients des ECUE et le coefficient de l’UE au sein du parcours).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ECUE | Contrôle continue | Examen final | Coef. de l’ECUE | Coef. de l’UE au sein du parcours |
| EPREUVES | Pondération | EPREUVES | Pondération |
| Ecrit | Oral | TP et Autres | Ecrit | Oral | TP et Autres |
| 1-Veille marketing | X | Etudes de cas |  | 30% | X |  |  | 70% | 2 | 4 |
| 2-Identité numérique et e-réputation | X | Etudes de cas |  | 30% | X |  |  | 70% | 2 |

6.3 - Validation des stages et des projets…..

|  |
| --- |
| …………………………………………………………………………………………………… |
| ………………………………………………………………………………………………………… |

#

|  |
| --- |
| Code UE :……UE21.. |

**ECUE n° 1 : Veille Marketing**

**Objectifs de l’ECUE:**

Ce cours permet à l’apprenant de comprendre la veille marketing et son rôle dans la collecte et l’exploitation de l’information stratégique et concurrentielle. Les problèmes traités dans ce cours concernent une meilleure compréhension des marchés et des consommateurs dans le but d’améliorer la prise de décision en marketing. Il s’agit de savoir analyser et comprendre le potentiel et l’évolution de son marché, l’image de l’entreprise, les comportements d’achat et de consommation des clients, les axes de positionnement des concurrents, ou les retombées d’une campagne publicitaire.

**Programme du cours :**

**Chapitre 1 : Emergence de la veille marketing et ses enjeux :**

* Section I  : Du marketing à l’intelligence marché
* Section II  : Les champs de surveillance de la veille marketing
* Section III : Les finalités de la veille marketing

**Chapitre 2 : Dimensions de la veille marketing**

* Section I  : La génération de l’intelligence marché
* Section II  : La dissémination de l’intelligence marché
* Section III : La réactivité de l’organisation

**Chapitre 3 : Veille marketing, Système d’Information Marketing et CRM**

* Section I  : Les études et recherches marketing
* Section II   : Les supports d’aide à la décision marketing
* Section III : La prévision et la mesure de la demande
* Section IV : Les stratégies relationnelles en marketing

**Chapitre 4 : Mettre en œuvre une veille marketing sur internet**

* Section I   : La recherche et la valorisation d’information sur internet
* Section II  : Les sources d’information formelles et informelles sur le web
* Section III : Les outils et les modes opératoires de la veille marketing
* Section IV : Les enjeux du benchmarking sur internet

|  |
| --- |
| Code UE :……UE21.. |

**ECUE n° 2 : Identité numérique et e-réputation**

**Objectifs de l’ECUE**

* Apprendre à gérer sa e-réputation : en amont en protégeant sa marque (techniques et astuces), et en aval en effectuant une veille efficace et en sachant réagir si besoin (outils et conseils).
* Créer et gérer son identité numérique :
* Protéger son identité numérique
* Participer à la vie des sites et des réseaux virtuels sur Internet, en vue de se faire connaître
* Assurer une veille sur sa e-réputation
* Manager sa e-réputation, faire évaluer ses traces par les internautes

**Programme du cours :**

# Chapitre I : Stratégie de prévention :

**Section 1** : Quelle stratégie adopter avec les noms de domaine ?

**Section 2** : Comment optimiser sa e-réputation sur Google ?

**Section 3** : Quelle présence faut-il avoir au minimum dans les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Profils Google, Youtube, Dailymotion, etc.) ?

# Chapitre II : Stratégie de veille

**Section 1** : Pourquoi faut-il surveiller ce qu'on dit de vous sur Internet (votre marque, vos dirigeants, vos produits)

**Section 2** : Comment mettre en place une veille efficace : revue des meilleurs outils

# Chapitre III : Stratégie de réaction et d'action offensive :

**Section 1** : Agir en cas de crise ?

**Section 2** : Réagir face à un blogueur, dans un forum ou sur les réseaux sociaux ?