

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 1 – Semestre 1

Introduction générale à l'économie

Concepts fondamentaux de l'économie : lois de l'offre et de la demande, équilibre du marché, élasticité-prix et élasticité-revenu. Principaux indicateurs économiques : PIB, inflation, chômage, ainsi que les principaux courants de pensée économique : mercantilisme, libéralisme classique, keynésianisme, économie néoclassique et théorie de l'économie comportementale. Être capable d'identifier les différents courants de pensée économique et d'en évaluer les implications.

Droit des Sociétés

Connaissance des concepts de base d'une société : actionnaire, dirigeant, etc. Savoir identifier les sources du droit des sociétés dans le contexte OHADA et international : législation, jurisprudence, doctrine. Connaissance des différentes formes juridiques d'entreprises : société anonyme (SA), société à responsabilité limitée (SARL), société en commandite par actions (SCA), etc. Procédures de création et de fonctionnement des sociétés. Droits et obligations des parties prenantes, actionnaires, dividendes, responsabilités.

Anglais 1

Mise à niveau équivalente du niveau "Beginning Literacy ESL (English as a Second Language)". Afin de pouvoir utiliser un anglais parlé limité, à des questions de routine dans des situations familières. Pouvoir écouter et comprendre certains mots clés fréquemment utilisés dans des contextes familiers.

Bureautique

Acquérir les compétences de base en utilisation des outils bureautiques indispensables dans le monde professionnel, en mettant l'accent sur les logiciels de traitement de texte, de tableur et de présentation. Maîtriser les fonctionnalités principales des logiciels de traitement de texte et l'écriture de texte en mode collaboratif avec Microsoft Word. Savoir mettre en forme des documents professionnels (courriers officiels, etc.). Acquérir une compétence avancée des tableurs (Google Sheets, Excel) et de la gestion des données.

Être capable de créer des présentations professionnelles et attractives à l'aide de logiciels de présentation (Google Slides, Canva, Prezi).

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 1 – Semestre 1

Technique d'expression et de communication 1

Fournir aux étudiants les concepts de base des présentations orales. Après les révisions en conjugaison et orthographe, les étudiants seront capables de développer et de réaliser des présentations individuelles et de groupe efficace en classe et dans un cadre professionnel. Le cours est également conçu pour offrir un maximum de possibilités de pratique et d'évaluation des techniques de présentation.

Introduction au Marketing Digital

Ce cours de marketing digital explore les bases du marketing numérique et des outils essentiels tels que Google Ads, les réseaux sociaux, et l'email marketing. Il aborde les stratégies de contenu, le SEO, la gestion des réseaux sociaux, la publicité en ligne (PPC, remarketing) ainsi que l'analyse des performances via les KPIs et les outils d'analyse. À travers des études de cas et des projets pratiques, les étudiants apprennent à appliquer les concepts théoriques tout en respectant l'éthique et la réglementation du marketing en ligne.

Marketing Stratégique

Ce cours de marketing stratégique se concentre sur l'analyse des marchés, la segmentation, le ciblage et le positionnement des offres. Il explore également les outils d'analyse stratégique tels que le SWOT, les matrices BCG et Ansoff, ainsi que les études concurrentielles, afin d'élaborer des stratégies efficaces. L'analyse de l'environnement externe (analyse PESTEL, cinq forces de Porter). La segmentation, le ciblage et le positionnement. Les stratégies de croissance (pénétration de marché, développement de produits, diversification, etc.). Le marketing mix (produit, prix, distribution, promotion) et les outils d'analyse des performances marketing (indicateurs clés de performance, ROI, etc.).

Communication professionnelle

Développer les compétences en communication orale, y compris la prise de parole en public et la présentation efficace. Renforcer les compétences en communication interpersonnelle pour favoriser la collaboration et la résolution de problèmes en équipe. Savoir rédiger des courriers commerciaux, des rapports et des e-mails professionnels. Savoir structurer son discours à l'oral, gérer les conflits et résoudre les problèmes en équipe.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 1 – Semestre 1

Outils CRM

Ce cours sur les outils CRM introduit les fondamentaux de la gestion de la relation client, en explorant les différents types d'outils disponibles, tels que les logiciels et plateformes CRM. Il met l'accent sur la collecte, la gestion et l'analyse des données clients pour améliorer les stratégies de personnalisation et d'automatisation des interactions en ligne.

Collecte de données en ligne

Ce cours a pour objectif d'initier les étudiants aux méthodes de collecte de données en ligne, en mettant l'accent sur les techniques de sondage, de recherche documentaire et de veille informationnelle sur Internet. Il s'agit de comprendre les différentes méthodes de collecte de données en ligne et leurs applications dans le domaine du marketing digital. L'objectif est d'acquérir des compétences pratiques pour concevoir et administrer des enquêtes en ligne, mais aussi pour être capable d'analyser et d'interpréter les données collectées afin de prendre des décisions stratégiques.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 1 – Semestre 2

Introduction à la fiscalité

Ce cours permet d'avoir une initiation aux principes fondamentaux de la fiscalité, en fournissant une compréhension de base des concepts fiscaux et de leur application dans le contexte des affaires. Il aborde notamment la connaissance des différents types d'impôts (impôt sur les sociétés, TVA, charges sociales, etc.) et leurs implications pour les entreprises.

Il permet également d'être capable d'analyser les aspects fiscaux des décisions commerciales et business.

Introduction à la Comptabilité Générale

Ce cours a pour objectif d'initier les étudiants aux principes fondamentaux de la comptabilité générale, en leur fournissant les bases des techniques de comptabilisation et de présentation de l'information financière (actif, passif, chiffre d'affaires, résultat, fonds de roulement, EBITDA, etc.). Il permet également d'acquérir des compétences pratiques dans la tenue des comptes, grâce à l'élaboration d'états comptables et au suivi financier efficace de l'entreprise.

Outils Statistiques

Cours d'introduction à la statistique présentant les définitions et concepts de base : population, échantillon, variables, les différentes méthodes d'échantillonnage et les principes de base de la théorie des probabilités. Applications pratiques en entreprise : collecte et traitement des données dans un contexte commercial, analyse des données clients et comportementales, utilisation d'outils statistiques pour l'optimisation des campagnes marketing.

Anglais 2

Ce module d'anglais est de niveau "Low Beginning ESL", couvre les bases de la communication écrite et orale à travers des situations courantes en entreprise, telles que la présentation de soi, l'échange d'e-mails simples et l'interaction en réunion. L'accent est mis sur l'acquisition du vocabulaire spécifique au commerce et au marketing digital, ainsi que sur la compréhension de documents professionnels élémentaires.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 1 – Semestre 2

Bureautique dans le Cloud

Familiarisation avec les outils de bureautique basés sur le cloud (SaaS), en mettant l'accent sur l'utilisation efficace des logiciels de traitement de texte, de tableur et de présentation disponibles en ligne (Suite Google Workspace, Suite Microsoft 365). Apprendre à faire des publipostages, à faire la gestion des projets, et à créer des liens entre les différents logiciels cloud.

Techniques d'Expression et de Communication 2

Travail sur la prise de parole en public dans un contexte académique et professionnel, en mettant l'accent sur la structuration des discours, la clarté de l'argumentation et la maîtrise des techniques de communication verbale et non verbale. À travers des exercices pratiques, des simulations et l'usage d'outils visuels (diaporamas, storytelling, pitches professionnels), les étudiants apprennent à captiver un auditoire, gérer leur stress et adapter leur discours à différents contextes.

Marketing Opérationnel

Ce cours couvre les principales actions du mix marketing (produit, prix, distribution, communication) et met l'accent sur la mise en œuvre des plans marketing à travers des études de marché, la gestion des campagnes promotionnelles et l'optimisation des points de contact avec les clients. Grâce à des études de cas, des simulations et des outils digitaux, afin d'analyser les performances des actions marketing et à ajuster leurs stratégies en fonction des résultats. Ce module leur permet de maîtriser les leviers opérationnels du marketing et d'acquérir une approche pragmatique pour répondre aux enjeux commerciaux des entreprises.

Introduction au Marketing Digital

Source importante d'acquisition de clients, le marketing digital devient incontournable pour toute entreprise. L'objectif de ce module est de maîtriser les principes fondamentaux du marketing digital, tels que l'optimisation des moteurs de recherche (SEO), la publicité en ligne, les médias sociaux, le marketing de contenu et l'analyse des données clients.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 1 – Semestre 2

Infographie

Initiation aux fondamentaux de la création visuelle numérique. Composition, typographie, gestion des couleurs et utilisation de logiciels professionnels comme Adobe Illustrator, Photoshop ou InDesign et Canva. Conception de supports variés – affiches, logos, brochures posts pour les réseaux sociaux, – en respectant des contraintes esthétiques et techniques. Projets pratiques permettant de développer une approche créative et professionnelle.

Stratégie de contenu en marketing Digital

Apprendre à concevoir et déployer des contenus numériques alignés sur les objectifs marketing d'une organisation. Réalisation de contenus engageants pour divers canaux digitaux (sites web, réseaux sociaux, blogs). Utilisation d'outils numériques pour la diffusion et la mesure de l'efficacité des campagnes (KPI), ainsi que l'analyse des données pour optimiser les performances. Apprendre à identifier et cibler les consommateurs, à gérer des projets de marketing numérique de la planification à l'exécution, et à développer des stratégies de marketing digital efficaces.

Outils Web

Initiation aux langages fondamentaux du développement web tels que HTML, CSS et JavaScript, ainsi que l'utilisation de systèmes de gestion de contenu (CMS) comme WordPress. Apprendre à structurer, concevoir et publier des sites web responsives, tout en respectant les normes d'accessibilité et les bonnes pratiques du web et de l'expérience utilisateur. Des projets pratiques permettent de mettre en œuvre les compétences acquises, de la conception à la mise en ligne sur un serveur distant.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 2 - Semestre 3

Outils No code et RPA 1

Initiation aux outils no-code et à l'automatisation des processus par la RPA (Robotic Process Automation). Il couvre l'utilisation de plateformes visuelles telles que Zapier, Airtable ou Make, permettant de créer des automatisations sans programmation complexe. Les apprenants découvrent comment identifier des tâches répétitives, concevoir des flux automatisés et intégrer des solutions dans des environnements professionnels variés.

Base de données

Apprentissage de la modélisation des données (modèle entité-association), conception de schémas relationnels, manipulation des données via le langage SQL. Principes des systèmes de gestion de bases de données (SGBD) et bonnes pratiques en matière de sécurité et d'intégrité des données. Travaux pratiques avec MySQL et MongoDB.

Anglais 3

Le cours d'anglais de ce semestre est l'équivalent du niveau "High Beginning ESL". L'accent sera mis sur l'organisation de l'information et les questions simples liées aux besoins de "survie" et aux échanges sociaux simples; l'écoute active et la compréhension de conversations simples; la lecture incluant la prévisualisation, le visionnage et la prédiction; la production de textes écrits simples.

Gestion de ressources humaines

Ce cours vise à fournir aux étudiants une compréhension approfondie des principes de base de la gestion des ressources humaines dans un contexte numérique, en mettant l'accent sur les défis et les opportunités liés à la gestion des équipes dans un environnement digitalisé. Notamment la gestion des équipes en télétravail, la planification et le suivi des projets, la gestion des contrats, de formation continue, et la gestion de la progression de carrière.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 2 - Semestre 3

Gestion digitale de la relation commerciale

Initiation aux principes de base de la gestion digitale de la relation client, en mettant l'accent sur les outils et les stratégies utilisés pour établir et maintenir des relations commerciales efficaces dans un environnement numérique. Apprendre à gérer les flux importants de demandes des clients, savoir utiliser les outils numériques adaptés pour répondre aux demandes et sollicitations des prospects et des clients. Réaliser un scoring pertinent des prospects. Savoir mesurer la satisfaction des clients et mettre en place une rétroaction continue.

Introduction à l'intelligence artificielle

Avoir une vue d'ensemble des concepts fondamentaux de l'IA, notamment les agents intelligents, la recherche de solutions, la représentation des connaissances, le raisonnement et l'apprentissage automatique. Exploration des applications concrètes de l'IA dans des domaines variés tels que les jeux, la robotique, la vision par ordinateur et le traitement du langage naturel. Compréhension des aspects éthiques et des implications sociétales de l'IA, en mettant l'accent sur les enjeux liés à l'équité, à la transparence et à la responsabilité des systèmes intelligents.

E- Commerce et E-Logistique

Concepts et pratiques de base du commerce électronique (e-commerce) et de la logistique dans un environnement numérique. Défis et les opportunités liés à la vente en ligne et à la gestion des opérations logistiques dans un contexte digitalisé. Planification et conception d'un site e-commerce. Gestion des stocks et des commandes en ligne. Sécurité des transactions en ligne et protection des données client.

Référencement Web et SEO

Initiation aux techniques d'optimisation de la visibilité d'un site sur les moteurs de recherche. Compréhension des algorithmes de Google, de la recherche de mots-clés, optimisation du site (balises, structure, vitesse, URL rewriting) et rédaction de contenus adaptés. Stratégie de netlinking, audits SEO (Semrush, Ahrefs) et analyse des performances à l'aide d'outils tels que Google Analytics.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 2 – Semestre 3

Community Management et création de contenus

Gestion animation d'une communauté en ligne, en s'appuyant sur des outils professionnels. Savoir planifier les contenus via des plateformes comme Hootsuite, Buffer ou Swello, apprendre à créer des visuels avec Canva ou Adobe Spark, et mettre en place une veille stratégique à l'aide de Feedly ou Google Alert. Savoir utiliser des outils multicanaux et utiliser un ton adapté à la culture de l'entreprise. Savoir mesurer l'engagement des contenus et faire des tests A/B.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 2 - Semestre 4

Droit commercial

Fondements juridiques encadrant l'activité économique moderne. Principes fondamentaux du droit commercial, différentes structures légales des entreprises (EI, SARL, SAS, SA), spécificités des contrats électroniques et des signatures numériques, réglementation de la publicité en ligne. Savoir identifier et résoudre les problèmes juridiques courants rencontrés dans les activités commerciales numériques.

Anglais 4

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants de savoir exprimer des besoins fondamentaux et s'engager dans des conversations sociales de manière organisée pour aborder la raison de la communication et utiliser certaines stratégies pour suivre la conversation. Les conversations peuvent inclure des descriptions limitées, des termes concrets et des structures grammaticales plus complexes (voix passive, conditionnelle). Préparation et entraînement au test TOEIC listening and reading.

Management interculturel

Sensibilisation aux défis et opportunités du management interculturel dans un contexte commercial mondialisé, outils et compétences pour diriger et travailler efficacement dans des environnements culturellement variés. Acquisition des compétences pratiques pour gérer les différences culturelles et promouvoir la collaboration interculturelle. Gestion des conflits et négociation dans un contexte interculturel.

Etudes et Analyse de Marché

Méthodes de collecte et d'interprétation des données pour comprendre les dynamiques d'un secteur. Techniques de segmentation, analyse concurrentielle, identification des tendances et mesure des attentes des consommateurs. Utilisation des outils professionnels tels que SurveyMonkey, Google Forms et Typeform pour la réalisation d'enquêtes, ainsi que Google Analytics, Semrush et SimilarWeb pour l'analyse des comportements en ligne et la veille concurrentielle. Utilisation de l'analyse PESTEL.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 2 - Semestre 4

Planification stratégique et Gestion d'Entreprise

Compréhension des concepts fondamentaux de la planification stratégique et de la gestion d'entreprise. Savoir analyser l'environnement concurrentiel et savoir formuler des stratégies.

Analyse SWOT et diagnostic stratégique. Être capable de mettre en œuvre et de suivre les progrès des plans stratégiques dans un contexte digital. Se préparer à être agile et à pivoter dans un contexte d'évolution permanente du marché. Savoir utiliser des outils de gestion de projet et de suivi des KPI.

Stratégie Digitale et Gestion de campagne

Mise en œuvre et optimisation de campagnes marketing dans un environnement digital. Savoir gérer le processus de planification, ainsi que la création et la gestion des campagnes. Utilisation de Semrush et Similarweb pour l'analyse des performances et la veille concurrentielle. Évaluation des performances via les KPI, l'utilisation des données pour améliorer la segmentation et le ciblage des audiences, et les techniques d'optimisation pour maximiser le retour sur investissement (ROI).

Introduction au Growth Hacking

Initiation aux stratégies innovantes et agiles visant à accélérer la croissance d'une entreprise. Utilisation du cadre AARRR (Acquisition, Activation, Rétention, Recommandation, Revenu) avec l'accent sur l'expérimentation rapide et l'analyse des données. Utilisation des outils tels que Hotjar pour l'analyse du comportement utilisateur, Expandi.io pour l'automatisation sur LinkedIn.

Outils No code et RPA 2

Dans ce cours on aborde les techniques Avancées d'Automatisation, via la création d'applications No Code avec Bubble, la personnalisation via l'utilisation de scripts en Python. L'automatisation de tâches complexes à l'aide de workflows et de scripts, l'intégration et l'orchestration de différentes plateformes et systèmes et enfin le test et déploiement des applications développées.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 2 - Semestre 4

Introduction ERP 1

Introduction aux systèmes d'ERP (Enterprise Resource Planning) et à leur rôle dans la gestion des processus d'entreprise, en mettant l'accent sur les concepts de base et les fonctionnalités clés. Les systèmes d'ERP sont essentiels pour la gestion intégrée des processus d'entreprise tels que la comptabilité, les ressources humaines, la logistique et les ventes. Les étudiants découvrent les concepts fondamentaux de l'ERP et explorent des outils couramment utilisés tels que Odoo, Microsoft Dynamics 365 et Oracle NetSuite. À travers des études de cas et des travaux pratiques, ils apprennent à configurer des modules clés, à analyser des flux de données et à comprendre l'impact de l'intégration des processus sur la performance organisationnelle.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 3 – Semestre 5

Rentabilité financière

Ce cours vise à fournir aux étudiants une compréhension approfondie des principes de rentabilité financière dans un contexte commercial, en mettant l'accent sur les méthodes d'analyse et d'interprétation des données financières pour évaluer la performance économique d'une entreprise, en maîtrisant les Indicateurs financiers de rentabilité (ROI, ROE, ROA, etc.). En sachant interpréter les principaux états financiers de l'entreprise (bilan, compte de résultat, tableau de flux de trésorerie) ainsi que les ratios financiers permettant d'évaluer la rentabilité (marge bénéficiaire, ratio de liquidité, etc.). et les outils d'analyse financière (analyse du seuil de rentabilité, analyse du point mort, etc.). Études de cas pratiques sur l'application des concepts de rentabilité financière.

Planification Financière et gestion des risques

Ce module initie les étudiants aux principes fondamentaux de la gestion financière stratégique et à l'identification proactive des risques. Il aborde la prévision des flux de trésorerie, l'analyse des indicateurs financiers clés (KPI) et l'élaboration de scénarios pour anticiper les incertitudes économiques. Les étudiants découvrent des outils professionnels tels que Oracle NetSuite, LucaNet pour la planification financière, ainsi que Riskconnect, Onspring et SafetyCulture pour la gestion des risques. Le module intègre également les cadres normatifs tels que ISO 31000 et COSO ERM, offrant une approche structurée de la gestion des risques.

Anglais 5

Ce module vise à la préparation et au passage de l'examen du TOEIC listening and reading, avec un objectif minimal de 700 points correspondant à un niveau B2 (CECRL)

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 3 – Semestre 5

Gestion de projet agile

La méthodologie agile est un type de processus de gestion de projet, principalement utilisé pour le développement de logiciels, où les demandes et les solutions évoluent grâce à l'effort de collaboration des équipes auto-organisées et interfonctionnelles et de leurs clients. Ce cours permettra à l'étudiant de maîtriser les valeurs et les principes du "Manifeste pour le développement logiciel agile"; de maîtriser la chaîne des six principaux "produits livrables" pour suivre les progrès et créer le produit; de se familiariser avec le cadre agile, Scrum et d'apprendre la correcte implémentation de la méthodologie agile.

Méthodologie de rédaction de mémoire

Ce cours de méthodologie de rédaction de mémoire, couvre dans une première phase la Planification et Organisation de la Recherche, afin de savoir définir une problématique claire et formuler des objectifs précis. Il permet de savoir identifier des sources pertinentes à l'aide d'outils tels que Google Scholar, Zotero et Mendeley. Ensuite savoir mettre en œuvre une méthodologie adaptée, incluant la collecte de données qualitatives (entretiens, observations) et quantitatives (questionnaires). Enfin, apprendre à réaliser une rédaction et une présentation du mémoire dans les règles de l'art, afin d'être en mesure de présenter efficacement un travail de recherche académique rigoureux et structuré.

Culture et Consommation digitale

Ce module explore l'évolution des comportements des consommateurs à l'ère numérique. Il examine l'impact des plateformes sociales et des médias numériques sur la culture populaire, ainsi que la construction de l'identité numérique et de la marque personnelle. Les étudiants analysent les dynamiques de consommation telles que l'économie du partage, le commerce électronique et la personnalisation du marketing, les tendances et dynamiques de consommation, la consommation collaborative et l'importance de l'expérience en ligne

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 3 – Semestre 5

Motion Design

Ce cours initie les étudiants aux fondements de l'animation graphique. Il couvre l'histoire du motion design, les principes d'animation et l'utilisation de logiciels tels qu'Adobe After Effects et Adobe Animate. Les étudiants apprennent à concevoir des storyboards, à animer des textes, des formes et des illustrations, et à intégrer ces éléments dans des projets vidéo et multimédias. Des projets pratiques individuels et en groupe permettent d'explorer différents styles de motion design.

Stratégie des KPI et Dashboards

Les KPI (Key Performance Indicators) et les tableaux de bord initient les étudiants à la définition et à la mise en œuvre d'indicateurs de performance alignés sur les objectifs stratégiques d'une organisation. Les étudiants apprennent à identifier des indicateurs pertinents pour différents domaines (marketing, finance, RH), à structurer des tableaux de bord efficaces et à utiliser des outils tels que Microsoft Excel, Power BI, Google Data Studio ou Tableau pour visualiser et analyser les données. Le cours aborde également la collecte, le traitement et l'interprétation des données, en mettant l'accent sur la qualité des informations et la prise de décision basée sur les données.

Outils IA en ligne

Ce cours initie les étudiants à l'utilisation stratégique des intelligences artificielles génératives dans le cadre universitaire. Il couvre des outils tels que ChatGPT pour la rédaction assistée, Leo AI pour la création de plans et de fiches de révision, NotebookLM pour la prise de notes intelligente, et Quizlet pour l'apprentissage par flashcards. Les étudiants apprennent à intégrer ces technologies dans leurs travaux de recherche, présentations et révisions, tout en développant un esprit critique sur leurs limites et implications éthiques.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 3 – Semestre 6

Droit du numérique et RGPD

L'objectif de ce cours est de fournir une compréhension approfondie du droit du numérique et de la réglementation générale sur la protection des données (RGPD) dans le contexte du business et du marketing digital. Être en mesure de comprendre les implications juridiques des activités de marketing digital et de garantir la conformité de leurs pratiques avec les lois et les règlements en vigueur. Seront notamment traitées les mesures de sécurité à mettre en place pour protéger les données personnelles et les obligations légales en matière de consentement et de respect de la vie privée dans le marketing digital.

Gestion de crise en ligne

Toute entreprise présente sur les réseaux sociaux peut voir sa réputation fortement dégradée par des commentaires négatifs et/ou des campagnes de dénigrement. L'objectif de ce cours est de fournir une compréhension approfondie de la gestion de crise en ligne dans le contexte du business et du marketing digital, afin d'être en capacité de mettre en place des stratégies efficaces pour gérer les crises en ligne.

L'art du Pitch

Le pitch est primordial et savoir comment lancer une start-up est essentiel. Peu importe que l'idée de produit soit innovante, bien pensée ou potentiellement rentable: si l'on ne parvient pas à attirer des investisseurs dans sa start-up, l'entreprise aura de sérieuses difficultés à se développer. Ce cours permettra à l'étudiant de découvrir ce que les investisseurs recherchent; d'apprendre à se présenter avec succès aux investisseurs, de savoir prendre un raccourci avec les experts en la matière et de maîtriser le pitch de start-up.

LICENCE BUSINESS ET MARKETING DIGITAL

Programme Détaillé



Licence 3 – Semestre 6

Réalité virtuelle et augmentée

L'objectif général de ce cours est de fournir une compréhension approfondie des technologies de réalité virtuelle et augmentée et de leur impact sur les activités de marketing digital. Ce cours prévoit d'initier les étudiants aux fondements de ces technologies immersives, en explorant leur histoire, leurs concepts clés et leurs applications dans divers domaines. Les apprenants découvrent les dispositifs matériels tels que les casques VR (Oculus Rift, HTC Vive) et les lunettes AR (Microsoft HoloLens), ainsi que les logiciels de développement comme Unity, Unreal Engine et OpenSpace3D.

Introduction aux Chatbots

Ce cours explore l'évolution historique des chatbots, leurs applications actuelles et leur impact sur la communication numérique. Les apprenants découvrent les principes de conception d'agents conversationnels, en abordant des notions telles que le traitement du langage naturel (NLP) et les architectures de dialogue. Une attention particulière est portée à l'utilisation d'outils no-code comme Botpress, ManyChat ou Chatfuel, permettant de créer des chatbots sans compétences en programmation. Le cours inclut également une introduction aux plateformes d'IA générative via des LLM telles que ChatGPT, illustrant les avancées récentes dans le domaine.

Jeu d'entreprise (Business Game)

Ce cours en jeu d'entreprise plonge les étudiants dans une simulation immersive de gestion, où chaque équipe incarne une entreprise virtuelle en concurrence sur un marché simulé. Les participants prennent des décisions stratégiques et opérationnelles dans divers domaines tels que la production, le marketing, les ressources humaines et la finance, en utilisant des outils comme Markstrat ou des plateformes développées par des institutions académiques. Ce processus favorise le développement de compétences en analyse, en leadership et en travail d'équipe, tout en confrontant les étudiants aux réalités de la prise de décision en environnement incertain.