Référencement et contenu marketing

UE 16

Enseignant(s) responsable de l'UE : Rémy BOUCKAERT
Autres enseignant·e·s de l'UE : Régis VANSNICK

Année d'études	Bloc 1
Acronyme	MKU12REFMKT
Nombre de crédits ECTS	2 (facteur de pondération)
Volume horaire	30 h (Q1 0 / Q2 30)
Période de l'année	Quadrimestre 2
Niveau du cycle	1er cycle
Cadre européen de certification	Niveau 6
Caractère dans le programme	Cours obligatoire dans le programme
Langue(s) d'enseignement	Français
Coordonnées du service	Campus d'Anderlecht, Avenue Émile Gryzon 1 (bât. 4C), 1070 Anderlecht
Mode d'évaluation	Unité évaluée en épreuve intégrée
UE prérequises	Néant
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
MK12REFMKT Référencement et contenu marketing	30	2	OUI

Contribution de l'UE au profil d'enseignement du programme

- **HE02** HE. 2. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing exerce une fonction de vielle et réalise des études de marché afin d'élaborer un plan marketing.
- **HE03** HE. 3. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing fait des recommandations stratégiques fondées sur l'analyse du comportement des consommateurs et acheteurs, ainsi que sur le diagnostic de la situation de l'entreprise et de son environnement.
- **HE04** HE. 4. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing réalise et accompagne un plan marketing cohérent en gérant toutes les étapes de la mise sur le marché d'un bien ou d'un service, de la conception à la vente : spécification du produit, fixation des prix, stratégie de communication, canaux de distribution, politique commerciale et de vente, image de marque, gestion des stocks.
- **RE01.2** ARES. 1.2 Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- **RE01.6** ARES. 1.6 Identifier ses besoins de développement et s'inscrire dans une démarche de formation permanente
- **RE02** ARES. 2 Communiquer : écouter, informer, conseiller les acteurs tant en interne qu'en externe
- **RE02.2** ARES. 2.2 Présenter, par écrit et oralement, les résultats du diagnostic stratégique et les recommandations
- **RE02.3** ARES. 2.3 Orienter la communication en fonction des publics cibles
- **RE03.2** ARES. 3.2 Conduire et gérer des études de marché
- **RE03.3** ARES. 3.3 Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)
- **RE04.1** ARES. 4.1 Comprendre, interpréter et anticiper le comportement du client
- **RE04.4** ARES. 4.4 Vérifier la pertinence et la cohérence des actions envisagées
- **RE05.2** ARES. 5.2 Planifier les différentes étapes liées à l'élaboration du plan marketing

Autres connaissances ou compétences prérequises

Référencement et contenu marketing

Maîtrise de la langue française : vocabulaire, grammaire et orthographe

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Référencement et contenu marketing

Objectifs

1. Effectuer une recherche de mots clés approfondie pour identifier les termes les plus pertinents et les plus compétitifs pour le site web.
2. Optimiser le contenu du site web en utilisant les mots clés pertinents pour améliorer le classement sur les moteurs de recherche.
3. Mettre en place une stratégie de création de liens pour augmenter l'autorité de domaine du site web.
4. Utiliser les outils d'analyse pour suivre les performances du site web, identifier les opportunités d'optimisation et les points faibles. 5. Appliquer des techniques avancées de référencement technique, telles que la gestion des balises Meta, l'optimisation de la structure du site et la gestion de la vitesse de chargement.
6. Comprendre les algorithmes de recherche de Google et les mises à jour les plus récentes, et ajuster la stratégie de référencement en conséquence.
7. Élaborer une stratégie de contenu pour attirer les visiteurs et améliorer le classement sur les moteurs de recherche.
8. Utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir le site web et créer des liens vers celui-ci.
9. Élaborer une stratégie de référencement locale pour améliorer la visibilité du site web pour les recherches géolocalisées. 10. Utiliser des techniques de référencement avancées, telles que l'optimisation de la recherche vocale et la recherche en langage naturel.
11. Effectuer une analyse concurrentielle pour comprendre les forces et les faiblesses des sites web concurrents et ajuster la stratégie de référencement en conséquence.
12. Comprendre les principes de base du marketing numérique et

intégrer la stratégie de référencement dans une stratégie

marketing globale.

13. Utiliser des outils de surveillance de la réputation en ligne pour

gérer la réputation en ligne de l'entreprise.

14. Utiliser des techniques de référencement local pour améliorer la

visibilité des recherches sur Google Maps et autres annuaires

locaux.

15. Concevoir des pages d'atterrissage efficaces pour augmenter

les conversions.

Contenu
Audit de sites internet
SEO : critères techniques, choix et suivi des mots clés, optimisation des textes, netlinking
Rédaction web

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Référencement et contenu marketing

Cours MIS à JOUR
Mise en situation réelle

Méthodologie Pratique

Mécanisme de répétition
Travaux pratiques

Acquis d'apprentissage sanctionnés, spécifiques et contribuant à l'UE

Référencement et contenu marketing

Rédiger des articles sur différentes thématiques adaptés au web\r\nAnalyser les principes de base du SEO d’un site Internet\r\nAppliquer les concepts de SEO aux sites internet qu’ils gèrent\r\nAppliquer des règles prudentielles à leurs publications sur Internet\r\n

Description des supports de cours indispensables

Aucun support indispensable renseigné.

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Référencement et contenu marketing : Slides du professeur, Articles de blog, Etudes de cas	—	Lien

Mode d'évaluation et de pondération par activité au sein de l'UE

Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuve intégrée.

Juin			
Ensemble de l'UE			
Travaux durant la session	20 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : Livre fermé
Examen oral	80 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : Livre fermé
Je vais poser des questions ciblées sur le contenu que nous avons couvert, ainsi qu'une présentation de deux articles de blog qu'ils auront préparés avant l'oral.			
Août			
Ensemble de l'UE			
Travaux durant la session	20 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : Livre fermé
Examen oral	80 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : Livre fermé
Je vais poser des questions ciblées sur le contenu que nous avons couvert, ainsi qu'une présentation de deux articles de blog qu'ils auront préparés avant l'oral.			