Référencement et contenu marketing

UE 16

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

Année d'études	Bloc 1
Acronyme	MKU12REFMKT
Nombre de crédits ECTS	2 (facteur de pondération)
Volume horaire	26 h (Q1 0 / Q2 26)
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 de Bruxelles, Avenue Émile Gryson 1 (bât. 4C), 1070 Bruxelles
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	26	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

À l’issue de cette UE, l’étudiant sera capable de :

- **Définition d’objectifs et stratégie SEO**
  - Définir et hiérarchiser des objectifs SEO adaptés à un site web (visibilité, trafic, notoriété, engagement, conversion).
  - Élaborer une stratégie de référencement alignée sur ces objectifs.
- **Audit global et analyse critique**
  - Réaliser un audit SEO complet (technique, on-page, off-page, contenu, réputation).
  - Appliquer cette méthodologie au site de la Haute École afin d’identifier forces, faiblesses et axes d’amélioration.
  - Proposer des recommandations concrètes et hiérarchisées.
- **Optimisation du contenu**
  - Produire et optimiser des contenus web adaptés aux objectifs SEO fixés.
  - Concevoir des pages d’atterrissage efficaces orientées vers la réalisation de ces objectifs (trafic, engagement, notoriété, conversion, etc.).
- **Autorité et visibilité**
  - Développer une stratégie de netlinking et de promotion via les réseaux sociaux.
  - Mettre en œuvre une stratégie de référencement local (Google Maps, annuaires).
  - Anticiper les évolutions (recherche vocale, langage naturel).
- **Analyse et adaptation**
  - Utiliser les outils d’analyse SEO (GA4, Search Console, Clarity, etc.) pour suivre les performances.
  - Réaliser une analyse concurrentielle et ajuster la stratégie SEO.
  - Comprendre l’impact des mises à jour Google et adapter la stratégie en conséquence.
- **Intégration, IA et éthique**
  - Intégrer le SEO dans une stratégie marketing globale.
  - Utiliser l’IA de manière critique pour assister la recherche, la rédaction et l’analyse SEO.
  - Respecter les guidelines Google (E-E-A-T) et appliquer une gestion responsable de la réputation en ligne.

Contenu

- Module 1 : **Fondamentaux du SEO**
  - Principes et piliers du référencement naturel.
  - Audit global : critères techniques, contenu, netlinking.
  - Analyse de site web comme cas pratique fil rouge.
- Module 2 : **Optimisation du contenu**
  - Rédaction web et optimisation sémantique.
  - Articles de blog et landing pages adaptées aux objectifs SEO fixés.
  - Référencement local et recherche en langage naturel.
- Module 3 : **Stratégies de visibilité**
  - Netlinking et relations digitales.
  - Promotion via réseaux sociaux.
  - Gestion de la réputation en ligne.
- Module 4 : **Suivi et évolution**
  - Google Analytics 4, Google Search Console.
  - Compréhension des mises à jour Google (Core Updates, Helpful Content).
  - Analyse concurrentielle et reporting stratégique.
- Module 5 : **SEO & Intelligence artificielle**
  - IA et SEO : impact sur les moteurs de recherche et la Search Generative Experience (SGE).
  - Outils IA pour l’audit, la recherche de mots-clés et l’analyse concurrentielle.
  - Génération de contenus via IA (titres, méta-descriptions, drafts d’articles).
  - Limites et précautions : duplicate content, biais, qualité éditoriale.
  - Éthique et guidelines Google : E-E-A-T, contenu utile, rôle de l’humain.

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Référencement et contenu marketing

Cours interactifs (illustrations, actualités SEO, études de cas).

Travaux pratiques : optimisation de contenus et audit SEO de site web.

Ateliers IA : génération et critique de contenus SEO.

Exercices de répétition et corrections collectives.

Études de cas réelles : PME locales, blogs spécialisés, concurrents académiques.

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

Référencement et contenu marketing

À la fin de l'UE, l'étudiant pourra :

- Définir et hiérarchiser des objectifs SEO adaptés à un site web.
- Réaliser un audit SEO complet et argumenté (technique, contenu, netlinking, réputation).
- Analyser de manière critique le site de la Haute École et proposer des améliorations concrètes.
- Produire et optimiser des articles et pages web orientés vers des objectifs SEO définis.
- Déployer une stratégie SEO incluant netlinking, SEO local et suivi de performance.
- Utiliser l'IA de manière critique pour assister ses pratiques SEO.
- Intégrer le SEO dans une stratégie marketing globale et responsable.

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	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—

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

Audit d'un site web et présentation de ce dernier (état actuel, améliorations, recommandations,...). Attention, le dossier devra être remis au minimum 7 jours avant la session d'examen. En cas de non remise dans les délais, l'étudiant ne pourra pas présenter l'examen 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
Audit d'un site web et présentation de ce dernier (état actuel, améliorations, recommandations,...). Attention, le dossier devra être remis au minimum 7 jours avant la session d'examen. En cas de non remise dans les délais, l'étudiant ne pourra pas présenter l'examen oral.			