Media planning et digital media management

UE 34

Enseignant(s) responsable de l'UE : Olivier MARECHAL
Autres enseignant·e·s de l'UE : Delphine TIMMERMANS, Nathalie LAMBERT, Eléonore VANOPDENBOSCH

Année d'études	Bloc 2
Acronyme	RPU22MDM
Nombre de crédits ECTS	4 (facteur de pondération)
Volume horaire	52 h (Q1 0 / Q2 52)
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 épreuves spécifiques par activité d'apprentissage
UE prérequises	Néant
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
RP22WMK webmarketing et marketing de contenu	26	2	NON
RP22MAP Marketing événementiel et media planning	26	2	NON

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

- **RE01** ARES. 1 S’insérer dans son milieu professionnel et s’adapter à son évolution
- **RE01.1** ARES. 1.1 Travailler, tant en autonomie qu'en équipe, dans le respect de la culture de l'entreprise.
- **RE01.2** ARES. 1.2 Collaborer à la résolution de projets et problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- **RE01.4** ARES. 1.4 Développer une approche responsable, réflexive et critique des pratiques professionnelles, anticiper les évolutions.
- **RE02** ARES. 2 Communiquer : écouter, informer, conseiller les acteurs, tant en interne qu’en externe.
- **RE03** ARES. 3 Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres aux relations publiques
- **RE03.3** ARES. 3.3 Exploiter les ressources des milieux médiatiques avec les instruments de travail adéquats.
- **RE03.4** ARES. 3.4 Comprendre et pratiquer activement les différents langages de communication : langues parlées et écrites, langages audiovisuels et multimédia, communication non verbale.
- **RE03.5** ARES. 3.5 Utiliser et optimiser les techniques et outils de communication ; en suivre les évolutions.
- **RE03.6** ARES. 3.6 Élaborer et respecter un budget dans le cadre de ses activités.
- **RE04** ARES. 4 Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission dans une démarche systémique
- **RE04.1** ARES. 4.1 Assurer la cohérence de l’ « image d’entreprise ».
- **RE04.2** ARES. 4.2 Identifier les carences de communication de l’entreprise, proposer les moyens d’y remédier et impulser les améliorations.
- **RE04.3** ARES. 4.3 Réaliser un audit interne/externe de communication de l’entreprise.
- **RE04.4** ARES. 4.4 Évaluer l’impact de toute action de communication.
- **RE05.1** ARES. 5.1 Se créer un réseau de relations.
- **RE05.3** ARES. 5.3 Planifier et coordonner les projets et les tâches, fixer les priorités, veiller au suivi

opérationnel des actions programmées.

Autres connaissances ou compétences prérequises

webmarketing et marketing de contenu

Néant

Marketing événementiel et media planning

Néant

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

webmarketing et marketing de contenu

Objectifs

- Doter les étudiant·es de connaissances de base sur le marketing de contenu et le copy writing
- Comprendre les enjeux de la profession et comment ils sont sous-tendus par les évolutions technologiques
- Permettre aux étudiant·es d'acquérir une posture réflexive sur leur pratique professionnelle et de s'auto-évaluer pour progresser et promouvoir l'apprentissage continu

Contenu

- Définition des concepts liés au marketing de contenu et au web
- Le copy writing ou comment écrire pour le web
- Les bases du web analytics
- Les grandes évolutions du métier de copy writer à l'heure de l'IA
- ...
- Toute notion / sujet intéressant et en phase avec les réalités de la profession et des métiers du web peut-être abordé

Marketing événementiel et media planning

Objectifs

1. Planifier et gérer les éléments relatifs à l'organisation et la promotion d'un événement
2. Utiliser efficacement et de manière créative les outils numériques au service de la stratégie de communication
3. Concevoir un événement et ses différents temps, dans le respect du fil rouge et des intentions du client.
4. Créer des contenus divers (visuels, web, rédactionnels) dans le respect de la culture d'entreprise (charte graphique)
5. Évaluer les actions mises en place et proposer des améliorations

Contenu

1) Définir ses objectifs

2) Identifier ses cibles

3) Trouver son positionnement et sa promesse

4) Le parcours du client

5) Le modèle AIDA

6) Le modèle See, Think, Do, Care

7) La baseline

8) Le street marketing

9) Le Digital Out of Home

10) Les conférences

11) Les expositions et les salons

12) Les compétitions et les remises de prix

13) Les séminaires

14) Les lancements de produits

15) Les rencontres sportives

16) Les événements artistiques

17) Les pop up store

18) Les galas

19) Le ROI et le ROE

20) Notions de media planning

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

webmarketing et marketing de contenu

Cours magistraux, classe inversée, étude de cas, séminaires, intervenant·es et exercices pratiques

Marketing événementiel et media planning

Cours interactif basé sur l'échange de bonnes pratiques

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

webmarketing et marketing de contenu

Au terme de sa formation, l'étudiant·e sera capable de :

- rédiger un article pertinent pour un client
- observer l'impact de sa pratique grâce à des outils professionnels
- adopter une posture réflexive sur sa pratique
- conseiller toute personne qui souhaiterait développer son site web et générer davantage de conversions
- faire des recherches afin de comprendre les évolutions de la profession et évaluer ses besoins en termes de formation

Marketing événementiel et media planning

Au terme de sa formation, l'étudiant·e est capable de :
- identifier et mettre en pratique les savoirs et les savoir-faire nécessaires à l'organisation d'un événement
- posséder les notions théoriques liées aux matières abordées et maîtriser le vocabulaire professionnel

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL

webmarketing et marketing de contenu : Notes de cours et slides	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—
Marketing événementiel et media planning : notes de cours & Slides	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

Aucune référence complémentaire renseignée.

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

Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuves spécifiques par activité d'apprentissage.

Méthode d'intégration :

- Si aucune des notes des différentes AA qui composent l'UE ne se situe en deçà de 8/20, c'est la technique de la moyenne arithmétique pondérée qui est appliquée.
- Si la note d'une ou plusieurs AA composant une UE se situe en deçà de 8/20, la note finale de l'UE correspondra à la plus mauvaise des notes reçues.

Juin			
webmarketing et marketing de contenu — méthode d'intégration : 50 %			
Évaluation continue	60 %	Type de questions : Examen Oral	Examen à livre : Livre fermé
Examen oral	40 %	Type de questions : Examen Oral	Examen à livre : Livre fermé
Les consignes et dates de remise des évaluations continues seront communiquées via le campus numérique.			
Marketing événementiel et media planning — méthode d'intégration : 50 %			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questions ouvertes	Examen à livre : Livre fermé
Août			
webmarketing et marketing de contenu — méthode d'intégration : 50 %			
Examen oral	100 %	Type de questions : Examen Oral	Examen à livre : Livre fermé
Marketing événementiel et media planning — méthode d'intégration : 50 %			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questions ouvertes	Examen à livre : Livre fermé