

Web Marketing (in lingua francese)

Prof.ssa Emilie Tellier

Semester: II

Credits: 3

MAN0129 – Altre attività in lingua

MAN0190 – Altre attività in lingua III

Obiettivi del corso

Conoscere i diversi social network (marketing).

Imparare ad usarli in una strategia di social media (ricerca di parole chiave, contenuti, ecc.) per organizzare la tua presenza sul web

Sapere come creare / promuovere eventi attraverso questi social media e creare dialoghi attorno al marchio, al prodotto

Sapere come monitorare e controllare i commenti positivi o negativi (Buzz) dei clienti / consumatori / follower per migliorare l'immagine del marchio sui social network

Risultati dell'apprendimento attesi

1. Conoscenza e capacità di comprensione: Al termine del corso, lo studente dovrà conoscere i diversi social network (marketing) ed essere in grado di utilizzarli in una strategia di social media (ricerca di parole chiave, contenuti, ecc.) per organizzare la propria presenza su la rete.
2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Al termine del corso lo studente dovrà:
saper creare e promuovere eventi attraverso i social media e creare del dialogo attorno al brand o al prodotto
saper monitorare e controllare i commenti positivi o negativi (Buzz) dei clienti/consumatori/follower per migliorare l'immagine della propria azienda sui social network
3. Autonomia di giudizio: Al termine del corso, lo studente deve aver acquisito la capacità di pensare in modo autonomo e critico per analizzare una situazione e scegliere gli interventi più adeguati alla situazione.
4. Abilità comunicative: Al termine dell'insegnamento lo studente dovrà possedere i requisiti indispensabili per dialogare e comunicare in modo da poter moderare i commenti sui social network (forum/blog...) e sfruttare un dibattito a favore del prodotto o dell'azienda che vuole promuovere
5. Capacità di apprendimento: Lo studente dovrà avere le capacità necessarie, linguistiche e comunicative, per integrarsi nei gruppi di lavoro. Inoltre, dovrà acquistare delle capacità di tipo pratico attraverso: lo svolgimento di attività informatiche e l'utilizzo di strumenti e metodologie specifiche

Struttura del corso

In presenza fisica: la prima e l'ultima lezione (Test): Il corso si svolge in due tempi che comprendono una parte teorica e l'altra che si basa su un lavoro di gruppo

In aula virtuale: le altre lezioni. Il corso si svolge in due tempi che comprendono una parte teorica e l'altra che si basa su un lavoro individuale

Prerequisiti

Il corso è completamente tenuto in lingua francese e richiede un livello minimo B1, da poter interagire e presentare il proprio elaborato a fine corso.

Il numero massimo di studenti che possono iscriversi al corso è circa 25. Inoltre, è possibile iscriversi solo dal secondo anno in poi.

Programma

creazione di una landing page

creazione di un event attorno ad un prodotto/servizio

elaborazione di un testo (contenuto di qualità) che apparirà sui social media

creazione di un workshop digitale

Modalità di verifica dell'apprendimento

a) Un questionario relativo al corso teorico (scritto)

b) Una prova orale, individuale, della durata di circa 15 minuti, sulla valutazione del progetto finale (ultima lezione).

Il voto finale sarà la media risultante dalle due valutazioni

Materiale del corso

Il corso si svolge attraverso il materiale distribuito dalla docente. È indispensabile presentarsi in aula con il proprio materiale.

Web Marketing (Taught in French)

Prof.ssa Emilie Tellier

Semester: I

Credits: 3

MAN0129 – Altre attività in lingua

MAN0190 – Altre attività in lingua III

Objectifs du cours

- Connaître les différents réseaux sociaux (marketing)
- Apprendre à les utiliser dans une stratégie de médias sociaux (recherche de mots-clés, de contenu, etc.) pour organiser votre présence sur le Web
- Savoir créer/promouvoir des événements à travers ces médias sociaux et créer des dialogues autour de la marque, du produit
- Savoir suivre et contrôler les commentaires positifs ou négatifs (Buzz) des clients, consommateurs, followers pour améliorer l'image de marque sur les réseaux sociaux

Résultats d'apprentissage attendus

1. **Connaissance et compréhension** : A l'issue du cours, l'étudiant devra connaître les différents réseaux sociaux (marketing) et être capable de les utiliser dans une stratégie social media (recherche de mots-clés, de contenus, etc.) pour organiser sa propre présence sur le réseau.
2. **Capacité à appliquer ses connaissances et sa compréhension** : À la fin du cours, l'étudiant devra:

- savoir créer et promouvoir des événements via les réseaux sociaux et créer un dialogue autour de la marque ou du produit
 - savoir surveiller et contrôler les commentaires positifs ou négatifs (Buzz) des clients/consommateurs/followers pour améliorer l'image de son entreprise sur les réseaux sociaux
3. **Autonomie d'évaluations** : À la fin du cours, l'étudiant devra avoir acquis la capacité de penser de manière autonome et critique pour analyser une situation et choisir les interventions les plus appropriées à la situation.
 4. **Compétences relationnelles** : A l'issue du cours, l'étudiant devra posséder les exigences essentielles de dialogue et de communication afin de pouvoir modérer les commentaires sur les réseaux sociaux (forums/blogs...) et exploiter un débat en faveur du produit. ou l'entreprise qu'il souhaite promouvoir
 5. **Capacité d'apprentissage** : L'étudiant devra posséder les compétences linguistiques et de communication nécessaires pour s'intégrer dans des groupes de travail. De plus, il devra acquérir des compétences pratiques à travers :
 - la réalisation d'activités informatiques
 - l'utilisation d'outils et de méthodologies spécifiques

Structure du cours

En présence physique : le premier et le dernier cours (Test) : Le cours se déroule en deux temps qui comprennent une partie théorique et l'autre qui est basée sur un travail de groupe

Dans la classe virtuelle : les autres leçons. Le cours se déroule en deux temps qui comprennent une partie théorique et l'autre qui est basée sur un travail individuel

Conditions préalables

- Le cours se déroule entièrement en français et nécessite un niveau minimum B1, pour pouvoir interagir et présenter son travail à la fin du cours.
- Le nombre maximum d'étudiants pouvant s'inscrire au cours est d'environ 25. De plus, il n'est possible de s'inscrire qu'à partir de la deuxième année.

Plan

- création d'une page de destination
- création d'un événement autour d'un produit/service
- élaboration d'un texte (contenu de qualité) qui apparaîtra sur les réseaux sociaux
- création d'un atelier numérique

Mode de vérification d'apprentissage

- a) Un questionnaire relatif au cours théorique (écrit)
- b) Un examen oral, individuel, d'une durée d'environ 15 minutes, portant sur l'évaluation du projet final (dernière leçon). La note finale sera la moyenne résultant des deux évaluations

Matériel de cours

Le cours se déroule à travers le matériel distribué par la professeure. Il est indispensable de se présenter en classe avec son propre matériel.