

Executive Mastère

MBA Marketing Numérique

M B A M N



Executive Mastère MBA Marketing Numérique

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Public cible: diplômés universitaires et professionnels ayant expérience démontrable dans les domaines commerciaux, les ventes, le marketing et autres activités similaires.

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-mba-marketing-numerique

Sommaire

01	02	03	04
Accueil	Pourquoi étudier chez TECH?	Pourquoi notre programme?	Objectifs
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>page 4</i>	<i>page 6</i>	<i>page 10</i>	<i>page 14</i>
	05	06	07
	Compétences	Structure et contenu	Méthodologie
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>page 20</i>	<i>page 22</i>	<i>page 34</i>
	08	09	10
	Profil de nos étudiants	Direction de la formation	Impact sur votre carrière
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>page 42</i>	<i>page 48</i>	<i>page 54</i>
		11	12
		Bénéfices pour votre entreprise	Diplôme
		<hr/>	<hr/>
		<i>page 58</i>	<i>page 62</i>

01

Accueil

Le monde numérique a entraîné des changements majeurs dans l'économie et dans la manière de concevoir et de gérer les affaires, auxquels s'ajoute la croissance exponentielle du commerce électronique. Les entreprises et les organisations demandent de plus en plus de spécialistes du Marketing digital, un profil professionnel avec les connaissances, les compétences et les aptitudes nécessaires pour gérer et diriger avec succès des stratégies en ligne. Ce MBA en Marketing Numérique vous prépare à relever les défis et à prendre des décisions commerciales dans le domaine du commerce électronique et de la gestion du Marketing dans les environnements numériques, en maîtrisant l'analyse des données qui oriente de plus en plus les stratégies commerciales.



MBA Marketing Numérique,
TECH Université Technologique

“

Notre programme vous guidera à travers une étude adaptée à vos besoins, afin que vous compreniez le Marketing digital et la gestion du e-commerce dans une perspective globale”

02

Pourquoi étudier chez TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Nous sommes une École de Commerce d'élite, fondée sur un modèle de normes académiques très exigeantes. Un centre de formation hautement performant, de renommée internationale concernant la préparation aux techniques de management.



“

Nous sommes une université à la pointe de la technologie et nous mettons toutes nos ressources à votre disposition pour vous aider à réussir”

À TECH Université Technologique



Innovation

Nous mettons à votre disposition un rigoureux modèle d'apprentissage en ligne qui associe les dernières technologies éducatives à la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"Les Success Stories de Microsoft Europe" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



Exigence maximale

Notre critère d'admission n'est pas économique. Pour étudier chez nous, il n'est pas nécessaire de faire un investissement démesuré. Cela dit, pour être diplômé(e) TECH, nous pousserons votre intelligence et vos capacités de résolution de problèmes à leur limite. Nos critères académiques sont très élevés...

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

+100000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera main dans la main avec les meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talent

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans l'environnement des affaires. Une opportunité de mettre en valeur vos aspirations et votre vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

En étudiant à TECH, les étudiants bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Dans un programme à vision globale, grâce auquel vous pourrez vous familiariser avec la façon de travailler dans différentes parties du monde, en recueillant les dernières informations qui conviennent le mieux à votre idée d'entreprise.

Les étudiants de TECH sont issus de plus de 200 nationalités.

À TECH nous visons l'excellence et pour cela, nous possédons des caractéristiques qui nous rendent uniques:



Analyse

Nous explorons votre sens critique, votre capacité à remettre les choses en question, votre aptitude à résoudre les problèmes ainsi que vos compétences interpersonnelles.



Excellence académique

Nous mettons à votre disposition la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* 100% (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec les "case studies" de Harvard Business School. Entre tradition et innovation dans un équilibre subtil et dans le cadre d'un parcours académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. TECH dispose de plus de 10000 certificats universitaires en français. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. De cette façon, nous veillons à ce que les études ne soient pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez avec les meilleurs

Pendant les cours, notre équipe d'enseignants explique ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



Chez TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde universitaire"

03

Pourquoi notre programme?

Choisir de vous former chez TECH signifie multiplier vos chances de réussir professionnellement dans le domaine du management des entreprises.

C'est un défi qui requiert des efforts et du dévouement, mais qui vous offre la possibilité d'un avenir prometteur. Vous apprendrez auprès de la meilleure équipe pédagogique et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante qu'il soit.





“

Nous disposons du corps enseignant le plus prestigieux et du programme le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique"

Ce programme vous apportera une multitude de bénéfices aussi bien professionnels que personnels, dont les suivants:

01

Cela marquera un véritable tournant dans votre carrière

Nous vous offrons l'opportunité d'être maître de votre avenir et de développer tout votre potentiel. En étudiant ce Executive Mastère vous allez acquérir les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants de cette formation connaissent une évolution positive de leur carrière en moins de deux ans.

02

Vous acquerrez une vision stratégique et globale de l'entreprise

Vous allez acquérir une vision approfondie du management ce qui vous permettra de comprendre la façon dont chaque décision affecte les différents départements fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Vous vous ferez une place parmi les cadres supérieurs de l'entreprise

Nous vous ouvrons les portes d'un futur professionnel à votre niveau de cadre supérieur ayant une large vision de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous obtiendrez de nouvelles responsabilités

Nous vous formerons concernant les dernières tendances, avancées et stratégies afin que vous soyez en mesure de mener à bien votre travail professionnel dans un environnement en perpétuel évolution.

À l'issue de cette formation, 45% des étudiants obtiennent une promotion professionnelle au sein de leur entreprise.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

Nous vous mettons en relation avec des professionnels comme vous. Ayant des aspirations similaires et ayant la même envie de progresser. Vous serez en relation avec différents partenaires, clients et fournisseurs.

Vous y trouverez un réseau de contacts essentiel pour votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Vous allez acquérir une vision stratégique approfondie qui vous aidera à développer votre propre projet tout en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20 % de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Vous améliorerez vos compétences de base ainsi que vos compétences en matière de management

Nous vous accompagnons dans l'application et dans le développement de vos connaissances ainsi que dans l'amélioration de vos compétences interpersonnelles afin de devenir un leader qui fait la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

Nous vous offrons la possibilité d'intégrer une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs hautement qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde : la communauté de l'Université Technologique TECH.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

Ce programme est conçu pour renforcer les compétences de gestion et de leadership, ainsi que pour développer de nouvelles compétences et aptitudes qui seront essentielles dans votre développement professionnel. Après le programme, vous serez en mesure de prendre des décisions globales avec une perspective innovante et une vision internationale.





“

Développer des compétences spécifiques pour gérer stratégiquement le Marketing digital et le e-commerce de votre entreprise"

Nous partageons les mêmes objectifs.

Nous travaillons main dans la main pour vous aider à les atteindre.

Le MBA Marketing Numérique vous formera pour:

01

Structurer un modèle d'entreprise autour de e-commerce

02

Comprendre les stratégies de Marketing qu'une entreprise doit mettre en œuvre pour gérer dans un environnement concurrentiel

03

Découvrez de nouveaux outils numériques pour acquérir des clients et renforcer votre marque.

04

Savoir utiliser les outils de recherche quantitative et qualitative pour gérer les environnements numériques

05

Développer des techniques et des stratégies dans l'environnement numérique associé au marketing, aux ventes et à la communication afin d'établir des canaux pour attirer, séduire et fidéliser les utilisateurs



06

Réaliser des campagnes d'inbound Marketing qui permettent d'optimiser le contenu destiné à notre marché

08

Acquérir un état d'esprit innovant pour développer des stratégies adaptées aux besoins du 21ème siècle

09

Pour diriger avec succès une entreprise partiellement ou entièrement numérisée

07

Comprendre le nouveau paradigme de la communication numérique

10

Gérer les fournisseurs numériques de manière optimale en leur permettant de choisir, de contrôler et de demander de manière efficace.



11

Élaborer un plan de Marketing numérique solide et complet

12

Être capable de développer des campagnes d'emailing

13

Appliquer les stratégies SEM et SEO dans les stratégies de Marketing





14

Utiliser les médias sociaux comme un atout pour les campagnes de Marketing

15

Comprendre comment se déroule le processus global du commerce électronique et quelles plateformes sont utilisées pour le gérer

16

Connaître les principales tendances pour l'utilisation du commerce électronique par le biais des téléphones mobiles

05

Compétences

Après avoir passé les évaluations du MBA en Marketing Numérique, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires à une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie didactique la plus innovante.



“

à l'issu de ce programme, vous serez en mesure d'obtenir les compétences nécessaires pour évoluer avec succès dans le domaine du Marketing digital et du e-commerce"

01

Avoir une compréhension approfondie de l'évolution des goûts des consommateurs, les goûts et les méthodes d'achat et adapter l'entreprise à leurs besoins

02

Conception d'un plan de Marketing Numérique complet

03

Créer et conduire une stratégie de Marketing Numérique qui permette le bon positionnement de notre entreprise face à la concurrence

04

Appliquer les méthodes et techniques d'études de marché quantitatives et qualitatives

05

Découvrir les tendances du Marketing Numérique et tenez-vous au courant des principaux développements dans ce domaine



06

Appliquer des outils et des stratégies de Marketing entrant

08

Réaliser des analyses web, comprendre les résultats et les utiliser pour piloter la campagne en ligne de l'entreprise



09

Définir et concevoir un plan de Marketing et de communication sur les médias sociaux

07

Utiliser les réseaux sociaux comme des outils essentiels pour faire connaître votre marque

10

Connaissance approfondie des plateformes de commerce électronique, des principales techniques dans ce domaine et des opérations logistiques nécessaires, ainsi que d'autres informations spécifiques sur ce secteur

06

Structure et contenu

Le MBA en Marketing Numérique est un programme sur mesure qui est enseigné dans un format 100% En ligne afin que vous puissiez choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à votre disponibilité, votre emploi du temps et vos intérêts.

Un programme de 12 mois qui se veut une expérience unique et stimulante qui établit les bases de votre réussite en tant que responsable du Marketing Numérique et du e-commerce.



“

Les compétences et les capacités que vous allez acquérir en suivant un programme comme celui-ci sont fondamentales aussi bien pour votre développement personnel et professionnel”

Programme d'études

Le MBA en Marketing Numérique de TECH Université Technologique est un programme intensif qui vous prépare à faire face aux défis et aux décisions commerciales dans le domaine du commerce électronique et de la gestion du Marketing dans les environnements numériques.

Le contenu du MBA Marketing Digital est conçu pour favoriser le développement de compétences de gestion permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Au cours des 1.500 heures de formation, les étudiants analysent une multitude de cas pratiques dans le cadre d'un travail individuel et en équipe. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce Executive Mastère traite en profondeur du monde digital, du Marketing dans cet environnement et de la mise en œuvre du commerce électronique dans les entreprises. Il est destiné à spécialiser des managers qui comprennent le Marketing numérique et le commerce électronique d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan conçu pour vous, axé sur votre perfectionnement professionnel et qui vous prépare à atteindre l'excellence dans le domaine du management et de la gestion des affaires. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances, et soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps professoral exceptionnel, qui vous donnera les compétences nécessaires pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Ce Executive Mastère se déroule sur 12 mois et est divisé en 4 blocs principaux:

Bloc 1

e-Stratégie

Module 1

Marketing digital et e-commerce

Module 2

Digital Marketing strategy

Module 3

Inbound Marketing

Module 4

Entrepreneuriat

Bloc 2

e-Business

Module 5

Performance Marketing

Module 6

Marketing dans les moteurs de recherche et search engine Optimization (SEO)

Module 7

Search engine Marketing (SEM)

Module 8

Optimisation de la conversion

Bloc 3

e-Environment

Module 9

Social media et community Management

Module 10

Plateformes du e-commerce

Module 11

Analyse pour le Marketing

Bloc 4

e-Data

Module 12

Marketing en ligne et e-commerce

Module 13

Mobile e-Commerce

Module 14

Commerce de données



Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH vous offre la possibilité de développer ce programme de manière totalement en ligne. Pendant les 12 mois de formation, vous pourrez accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude.

*Une expérience
éducative unique, clé et
décisive pour stimuler
votre développement
professionnel.*

Premier bloc: e-Stratégie

Module 1. Marketing digital et e-commerce

1.1. Marketing digital et e-commerce

- 1.1.1. Économie digitale et *sharing economy*
- 1.1.2. Tendances et changements sociaux chez les consommateurs
- 1.1.3. Transformation numérique des entreprises traditionnelles
- 1.1.4. Rôles du *Chief Digital Officer*

1.2. Stratégie numérique

- 1.2.1. Segmentation et positionnement dans le contexte concurrentiel
- 1.2.2. Nouvelles stratégies de Marketing pour les produits et les services
- 1.2.3. *From Innovation to Cash Flow*

1.3. Stratégie technologique

- 1.3.1. Concepts basics sur développement Web
- 1.3.2. *Hosting et cloud computing*
- 1.3.3. Systèmes de gestion de contenu (CMS)
- 1.3.4. Formats et médias numériques
- 1.3.5. Plateformes technologiques du *e-commerce*

1.4. Investigation du marché en ligne

- 1.4.1. Outils de recherche quantitative sur les marchés en ligne
- 1.4.2. Outils dynamiques d'étude qualitative de la clientèle

1.5. Agences, médias et canaux en ligne

- 1.5.1. Agences intégrées, créatives et en ligne
- 1.5.2. Médias traditionnels et nouveaux
- 1.5.3. Canaux en ligne
- 1.5.4. Autres players digitales

Module 2. Digital Marketing strategy

2.1. *Managing digital business*

- 2.1.1. Stratégie concurrentielle face à la numérisation croissante des médias
- 2.1.2. Design et création d'un plan de Marketing numérique
- 2.1.3. Planification des médias numériques et contrats
- 2.1.4. Analyser le retour sur investissement dans un plan de Marketing numérique

2.2. Marketing digital pour renforcer la marque

- 2.2.1. *Branded Content & Storytelling*
- 2.2.2. Hyper-segmentation
- 2.2.3. Vidéomarketing
- 2.2.4. Social sales

2.3. Définir la stratégie de Marketing digital

- 2.3.1. *Closed Loop Marketing*
- 2.3.2. *Continuous Loop Marketing*
- 2.3.3. *Multichannel Marketing*

2.4. Marketing digital pour attirer et fidéliser les clients

- 2.4.1. Hyper-segmentation et Micro-localisation
- 2.4.2. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
- 2.4.3. *Visitor Relationship Management*

2.5. Tendances du Marketing digital

- 2.5.1. *Remarketing.*
- 2.5.2. *Digital Neuromarketing*
- 2.5.3. *Avatar Marketing*
- 2.5.4. *Bluecasting*

2.6. Gestion des campagnes numériques

- 2.6.1. *Display advertising y rich media*
- 2.6.2. Campagnes multi-plateformes, multi-segments et multi-personnalisation
- 2.6.3. Publicité et Télévision Numérique

2.7. Plan de *Marketing en ligne*

- 2.7.1. Investigation en ligne
- 2.7.2. Création du plan de Marketing online
- 2.7.3. Configuration et activation
- 2.7.4. Lancement et gestion

2.8. *Blended Marketing*

- 2.8.1. Intégrer les actions *on et off*
- 2.8.2. Personnaliser et segmenter
- 2.8.3. Améliorer l'expérience de l'utilisateur

Module 3. Inbound Marketing**3.1. Définition du inbound Marketing**

- 3.1.1. *Inbound Marketing* efficace
- 3.1.2. Bénéfices du *inbound Marketing*
- 3.1.3. Mesurer le succès du *inbound Marketing*

3.2. Recherche ciblée

- 3.2.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer* Personnes
- 3.2.2. *Customer Journey Mapping*
- 3.2.3. *Content strategy*

3.3. Optimisation du contenu

- 3.3.1. Optimisation du contenu pour les moteurs de recherche
- 3.3.2. Recyclage et amélioration du contenu

3.4. Création de contenu

- 3.4.1. *User & Brand Generated Content*
- 3.4.2. Opportunité *Blogging*
- 3.4.3. Vidéos et autres formats

3.5. Dynamisation du contenu

- 3.5.1. *Influencers*
- 3.5.2. *Blogger outreach*
- 3.5.3. *Paid content seeding*

3.6. Conversion

- 3.6.1. *Lead capturing & CRO*
- 3.6.2. *Lead nurturing & Marketing automation*

Module 4. Entrepreneuriat**4.1. Méthodologie de l'innovation et société de la connaissance**

- 4.1.1. *Design Thinking*
- 4.1.2. La stratégie de l'Océan Bleu
- 4.1.3. L'innovation collaborative
- 4.1.4. *Open innovation*

4.2. Intelligence stratégique de l'innovation

- 4.2.1. Veille technologique
- 4.2.2. Prospective technologique
- 4.2.3. *Coolhunting*

4.3. Entrepreneurship & innovation

- 4.3.1. Stratégies de recherche d'opportunités de business
- 4.3.2. Évaluation de la faisabilité de nouveaux projets
- 4.3.3. *Innovation management systems*
- 4.3.4. Compétences *soft* d'un entrepreneur

4.4. Project Management

- 4.4.1. *Agile Development*.
- 4.4.2. *Lean Management* dans les Startups
- 4.4.3. *Project tracking and project steering*

4.5. Business plan

- 4.5.1. *Plan d'affaires* à l'ère numérique
- 4.5.2. *Value Proposition Model*

4.6. Financement de startups

- 4.6.1. Phase de *Seed*: FFF y Subventions
- 4.6.2. Phase de *Startup*: *Business Angels*
- 4.6.3. Phase de *Growth*: *Venture Capital*
- 4.6.4. Phase de Consolidation: IPO

Deuxième bloc: e-Business

Module 5. Performance Marketing

5.1. *Permission Marketing*

- 5.1.1. Comment obtenir l'autorisation de l'utilisateur?
- 5.1.2. Personnalisation du message
- 5.1.3. Confirmation par courriel ou Double *Opt-in*

5.2. Stratégie et techniques de performance

- 5.2.1. *Performance Marketing*: résultats
- 5.2.2. Mix de médias en digital
- 5.2.3. L'importance du funnel

5.3. Marketing programmatique et RTB

- 5.3.1. RTB: la planification et les achats en temps réel
- 5.3.2. Écosystème de l'achat programmatique
- 5.3.3. Comment intégrer le RTB dans le mix média?
- 5.3.4. Les clés de la RTB sur différents appareils

5.4. Développement de campagnes d'adhésion

- 5.4.1. Agences et programmes d'affiliation
- 5.4.2. *Postview*
- 5.4.3. *Design* de programmes d'affiliation

5.5. Lancement d'un programme d'affiliation

- 5.5.1. Réseaux d'affiliation et affiliation directe
- 5.5.2. Suivi et analyse des performances
- 5.5.3. Contrôle des fraudes

5.6. Développement de campagnes d'emailing

- 5.6.1. Design des campagnes *E-mail Marketing*
- 5.6.2. *E-mail Marketing*
- 5.6.3. Listes d'abonnés, de prospects et de clients

5.7. Outils et ressources en *email Marketing*

- 5.7.1. Acumbamail
- 5.7.2. *Mailchimp*
- 5.7.3. Modèles
- 5.7.4. *Inbox Inspection*

5.8. Rédaction en ligne pour les campagnes d'*email Marketing*

- 5.8.1. Comment créer de bons titres?
- 5.8.2. Rédiger du contenu pour les *newsletters*
- 5.8.3. Appels à l'action dans les *newsletters*

5.9. Optimisation de l'affichage et des campagnes

- 5.9.1. Publicité, communication persuasive
- 5.9.2. *Behavioral Targeting*, *Retargeting*, *Remessaging*
- 5.9.3. La fidélisation
- 5.9.4. Préparation de campagnes

5.10. Mesures de l'*email Marketing*

- 5.10.1. Métrique des listes
- 5.10.2. Métriques des envois de newsletter
- 5.10.3. Métriques de conversion

Module 6. Marketing dans les moteurs de recherche et search engine Optimization (SEO)

6.1. Fonctionnement des moteurs de recherche

- 6.1.1. Indicateurs et index
- 6.1.2. Algorithmes
- 6.1.3. SEO et branding de marque

6.2. Variables fondamentales SEO

- 6.2.1. Indexabilité
- 6.2.2. Contenu
- 6.2.3. Popularité

6.3. Analyse SEO

- 6.3.1. Détermination des KPI
- 6.3.2. Création des *scripts* et alertes
- 6.3.3. Optimisation des images, des vidéos et d'autres éléments

6.4. *Linkbuilding*

- 6.4.1. Façons de faire du *linkbuilding* efficace
- 6.4.2. *Link baiting*
- 6.4.3. Audits des liens
- 6.4.4. Pénalités

6.5. App store optimization

- 6.5.1. *App Indexing*
- 6.5.2. Visibilité des applications dans les moteurs de recherche
- 6.5.3. Mesurer la visibilité des applications sur les moteurs de recherche

6.6. SEO technique

- 6.6.1. *Web Performance Optimization*
- 6.6.2. *Real Time* et contenu
- 6.6.3. L'étiquetage et les *headers* pertinents
- 6.6.4. Techniques avancées du WPO

6.7. SEO et e-commerce

- 6.7.1. *Conversion Rate Optimization*
- 6.7.2. *Google Webmaster Tools*
- 6.7.3. *Social Proof* et viralisation
- 6.7.4. Navigation et indexabilité

6.8. Intégration dans le plan de *Marketing online*

- 6.8.1. Mesures et impact
- 6.8.2. *Web analytics*
- 6.8.3. Autres outils de surveillance

Module 7. Search Engine Marketing (SEM)**7.1. Keyword hunting pour SEM**

- 7.1.1. *Adwords Keyword Tool*
- 7.1.2. *Google Suggest*
- 7.1.3. *Insights for Search*
- 7.1.4. *Google Trends*

7.2. SEM et Google Adwords

- 7.2.1. *Google Shopping*
- 7.2.2. *Google Display Network*
- 7.2.3. *Google AdWords Mobile*
- 7.2.4. *Publicité sur Youtube*

7.3. Google products

- 7.3.1. *Google Products intégré sur Adwords*
- 7.3.2. *Product Extensions vs. Product Ads*
- 7.3.3. *Google Shopping et Local*
- 7.3.4. *Google Merchant*

7.4. Pay per clic et SEM

- 7.4.1. *Search et Display*
- 7.4.2. *Création Campagnes PPC*
- 7.4.3. *Tracking des Conversions*

7.5. Facebook Ads

- 7.5.1. *Annonce de PPC/PPF (pay per fan)*
- 7.5.2. *Facebook Ads création*
- 7.5.3. *Facebook Power Editor*
- 7.5.4. *Optimisation des campagnes*

7.6. Autres plateformes PPC

- 7.6.1. *Twitter Ads*
- 7.6.2. *LinkedIn*
- 7.6.3. *Baldu*
- 7.6.4. *Yandex*

7.7. Stratégie sur SEM

- 7.7.1. *Quality score*
- 7.7.2. *Enchères CPC*
- 7.7.3. *Site links*

7.8. Mesure sur SEM

- 7.8.1. *KPI's*
- 7.8.2. *Impressions, clics, et conversions*
- 7.8.3. *Revenue, ROI, CPA*

Module 8. Optimisation de la conversion**8.1. Introduction à la *Conversion rate optimization***

- 8.1.1. *Ciclo de compra y elementos de la conducta en línea*
- 8.1.2. *Principes fondamentaux du Neuromarketing*
- 8.1.3. *Convivialité vs. persuasion*

8.2. Méthodologie du CRO

- 8.2.1. *Méthode scientifique*
- 8.2.2. *Pyramide de conversion*
- 8.2.3. *Le Processus du CRO*

8.3. Analyse web et CRO

- 8.3.1. *Analyses qualitatives*
- 8.3.2. *Analyse des comportements*
- 8.3.3. *Objectifs de l'entreprise et de l'utilisateur*

8.4. *User experience y conversion rate optimization*

- 8.4.1. *Lean et expérience d'utilisateur*
- 8.4.2. *Wireframing*
- 8.4.3. *Copy persuasif*

8.5. Psychologie et CRO

- 8.5.1. *Neuromarketing.*
- 8.5.2. *Design web et neuromarketing*
- 8.5.3. *Apprentissage, mémoire et émotions*

8.6. Économie comportementale

- 8.6.1. *Facteurs de décision*
- 8.6.2. *Motivation et ancrage*
- 8.6.3. *Le rôle de l'inconscient*

8.7. Expérimentation en matière de CRO

- 8.7.1. *A/B vs. multivariable*
- 8.7.2. *Outils de testing*
- 8.7.3. *Mise en œuvre et exécution*

8.8. CRO en e-commerce

- 8.8.1. *e-commerce et CRO*
- 8.8.2. *L'entonnoir du e-commerce*
- 8.8.3. *Les processus à optimiser*

Troisième bloc: e-Environment

Module 9. Social media et community Management

9.1. Web 2.0 ou web social

- 9.1.1. L'organisation à l'ère de la conversation
- 9.1.2. Le Web 2.0, c'est les gens
- 9.1.3. Nouveaux environnements, nouveau contenu

9.2. Communication et réputation digitale

- 9.2.1. Gestion de crise et réputation en ligne des entreprises
- 9.2.2. Rapport sur la réputation En ligne
- 9.2.3. Netiquette et bonnes pratiques dans les réseaux sociaux
- 9.2.4. *Branding et networking 2.0*

9.3. Plateformes généralistes, professionnelles et *microblogging*

- 9.3.1. Facebook
- 9.3.2. LinkedIn
- 9.3.3. Twitter

9.4. Plateformes vidéo, image et mobilité

- 9.4.1. Youtube
- 9.4.2. Instagram
- 9.4.3. Flickr
- 9.4.4. Vimeo
- 9.4.5. Pinterest

9.5. Blogging corporative

- 9.5.1. Comment créer un blog?
- 9.5.2. Stratégie de Marketing de contenu
- 9.5.3. Comment créer un plan de contenu pour votre blog?
- 9.5.4. Stratégie de curation de contenus

9.6. Stratégie de médias sociaux

- 9.6.1. Le plan de communication d'entreprise 2.0
- 9.6.2. Relations publiques d'entreprise et médias sociaux
- 9.6.3. Analyse et évaluation des résultats

9.7. *Community Management*

- 9.7.1. Rôles, tâches et responsabilités du *Community manager*
- 9.7.2. *Social Media Manager*
- 9.7.3. *Social Media Strategist*

9.8. *Social media plan*

- 9.8.1. Design d'un plan de médias sociaux
- 9.8.2. Définition de la stratégie à suivre dans chaque média
- 9.8.3. Protocole d'urgence en cas de crise

Module 10. Plateformes du e-commerce

10.1. Digital *e-commerce Management*

- 10.1.1. Nouveaux modèles commerciaux du *e-commerce*
- 10.1.2. Planification et développement d'un plan stratégique de commerce électronique
- 10.1.3. Structure technologique en *e-commerce*

10.2. Opérations et logistique dans le commerce électronique

- 10.2.1. Comment gérer le fulfillment?
- 10.2.2. Gestion numérique du point de vente
- 10.2.3. *Contact center Management*
- 10.2.4. Automatisation de la gestion et du suivi des processus

10.3. Implémenter des techniques du *e-commerce*

- 10.3.1. Médias sociaux et intégration dans le plan de commerce électronique
- 10.3.2. Stratégie multichannel
- 10.3.3. Personnalisation des *Dashboards*

10.4. *Digital pricing*

- 10.4.1. Méthodes et passerelles de paiement en ligne
- 10.4.2. Promotions électroniques.
- 10.4.3. Temporisation numérique des prix
- 10.4.4. *e-Auctions*

10.5. *Du e-Commerce au m-Commerce et s-Commerce*

- 10.5.1. Modèles commerciaux *des e-marketplaces*
- 10.5.2. *s-Commerce* et l'expérience de la marque
- 10.5.3. Achats via des appareils mobiles

10.6. *Customer intelligence: del e-CRM al s-CRM*

- 10.6.1. Intégration du consommateur dans la chaîne de valeur
- 10.6.2. Techniques de recherche et de fidélisation En ligne
- 10.6.3. Planification d'une stratégie de gestion de la relation client

10.7. *Trade Marketing digital*

- 10.7.1. *Cross merchandising.*
- 10.7.2. Design et Gestion des Campagnes sur Facebook Ads
- 10.7.3. Design et Gestion des Campagnes sur Google AdWords

10.8. Marketing en ligne pour le *e-commerce*

- 10.8.1. *Inbound Marketing*
- 10.8.2. Display et Achat Programmatique
- 10.8.3. Plan de Communication

Module 11. Analyse pour le Marketing**11.1. Analyses web**

- 11.1.1. Les bases de l'analyse web
- 11.1.2. Moyens classiques vs. moyens digitaux
- 11.1.3. Méthodologie de base de l'analyste web

11.2. Google analytics

- 11.2.1. Création d'un compte
- 11.2.2. *Tracking API Javascript*
- 11.2.3. Rapports et segments personnalisés

11.3. Analyse qualitative

- 11.3.1. Techniques de recherche appliquées à l'analyse du web
- 11.3.2. *Customer journey*
- 11.3.3. *Purchase funnel*

11.4. Métriques digitales

- 11.4.1. Métriques classiques
- 11.4.2. Ratios
- 11.4.3. Établissement d'objectifs et KPIs

11.5. Recrutement et Marketing analytics

- 11.5.1. ROI
- 11.5.2. ROA
- 11.5.3. CLV

11.6. Domaines d'analyse d'une stratégie

- 11.6.1. Acquisition de trafic
- 11.6.2. Activation
- 11.6.3. Conversion
- 11.6.4. Fidélisation

11.7. Data Science & Big Data

- 11.7.1. *Business Intelligence*
- 11.7.2. Méthodologie et analyse de grands volumes de données
- 11.7.3. Extraction, traitement et chargement des données

11.8. Application Programming Interface (API)

- 11.8.1. *APIs et Google Analytics*
- 11.8.2. *Query Explorer*
- 11.8.3. *Supermetrics Functions*

11.9. La visualisation des données

- 11.9.1. Visualisation et interprétation des dashboards
- 11.9.2. Transformation des données en valeur
- 11.9.3. Intégration des sources
- 11.9.4. Rapports

11.10. Outils de l'web

- 11.10.1. Base technologique d'un outil AW
- 11.10.2. Logs et Tags
- 11.10.3. Étiquetage de base et adhoc

Quatrième bloc: e-Data**Module 12. Marketing en ligne et e-commerce****12.1. Design UX**

- 12.1.1. Architecture de l'information
- 12.1.2. SEO et Analytics pour UX
- 12.1.3. *Landing pages*

12.2. Termes techniques du design UX

- 12.2.1. *Wireframe* et composants
- 12.2.2. Modèle d'interaction et flux de navigation
- 12.2.3. Profil de l'utilisateur
- 12.2.4. Processus et entonnoir de processus

12.3. Recherche

- 12.3.1. Recherche sur les projets de conception d'interfaces
- 12.3.2. Approche qualitative et quantitative
- 12.3.3. Communiquer les résultats de la recherche

12.4. Digital design

- 12.4.1. Prototype digital
- 12.4.2. *Axure y Responsive*
- 12.4.3. Design d'interaction et design visuel

12.5. User experience

- 12.5.1. Méthodologie de conception centrée sur l'utilisateur
- 12.5.2. Techniques de recherche sur les utilisateurs
- 12.5.3. Impliquer le client dans le processus
- 12.5.4. *Shopping experience management*

12.6. Conception de la stratégie d'expérience utilisateur

- 12.6.1. Arbres de contenu
- 12.6.2. Wireframes de haute fidélité
- 12.6.3. Cartes des composants
- 12.6.4. Guides de convivialité

12.7. Évaluation de la convivialité

- 12.7.1. Techniques d'évaluation de l'utilisation
- 12.7.2. La visualisation des données
- 12.7.3. Présentation des données

12.8. Customer value & customer experience Management

- 12.8.1. Usage de récits et storytelling
- 12.8.2. Le Co-Marketing comme stratégie
- 12.8.3. Gestion du Content Marketing
- 12.8.4. Le retour sur investissement de la gestion de l'expérience client

Module 13. Mobile e-Commerce

13.1. Mobile Marketing

- 13.1.1. Nouvelles habitudes de consommation et mobilité
- 13.1.2. Modèle SoLoMo
- 13.1.3. Les 4 Ps du Marketing Mix en matière de mobilité

13.2. Technologie mobile

- 13.2.1. Les opérateurs mobiles
- 13.2.2. Dispositifs mobiles et systèmes d'exploitation
- 13.2.3. Applications mobiles et applications web
- 13.2.4. Capteurs et intégration avec le monde physique

13.3. Tendances du Marketing mobile

- 13.3.1. *Mobile publishing*
- 13.3.2. *Advergaming y Gammification*
- 13.3.3. Geolocalización Mobile
- 13.3.4. Réalité augmentée

13.4. Comportement des utilisateurs de mobiles

- 13.4.1. Nouvelles habitudes de recherche sur les appareils mobiles
- 13.4.2. Multi-écran
- 13.4.3. Le mobile comme moteur d'achat
- 13.4.4. ASO, attraction et fidélisation des utilisateurs mobiles

13.5. Interface utilisateur et expérience d'achat

- 13.5.1. Règles et plateformes de m-Commerce
- 13.5.2. *Omnichannel*
- 13.5.3. *Mobile & Proximity Marketing*
- 13.5.4. Gap entre consommateur et annonceur
- 13.5.5. Gestionnaires de contenu sur mobile commerce

13.6. Apps et achats

- 13.6.1. Design Apps Mobile commerce
- 13.6.2. *Apps store*.
- 13.6.3. App Marketing pour fidélisation des clients
- 13.6.4. App Marketing pour e-commerce

13.7. Paiements mobiles

- 13.7.1. Chaîne de valeur et modèles économiques des méthodes de paiement mobile
- 13.7.2. Les clés pour améliorer l'UX dans le paiement mobile
- 13.7.3. Stratégies de positionnement sur le marché des paiements mobiles
- 13.7.4. Gestion des fraudes

13.8. Analyses mobiles

- 13.8.1. Méthodes de mesure et d'analyse des mobiles
- 13.8.2. Métriques mobiles: principaux KPIs
- 13.8.3. Analyse de rentabilité
- 13.8.4. *Mobile analytics*

13.9. Mobile commerce

- 13.9.1. Services
- 13.9.2. Applications
- 13.9.3. Mobile social shopping

13.10. Mobile social media applications

- 13.10.1. Intégration des portables dans les Réseaux Sociaux
- 13.10.2. Mobilité, relation, ubiquité et publicité
- 10.10.3. Facebook Places
- 13.10.4. Géolocalisation, annuaires mobiles, recommandations en ligne et achats

Module 14. Commerce de données

14.1. Data Science & Big Data

- 14.1.1. Impact du Big Data et Data Science dans la stratégie de commerce
- 14.1.2. Introduction à la *Command Line*
- 14.1.3. Problèmes et solutions de la *Data Science*

14.2. Langages pour Data hacking

- 14.2.1. Bases des Données SQL
- 14.2.2. Introduction à Python
- 14.2.3. Programmation en R

14.3. Statistiques

- 14.3.1. Introduction aux statistiques
- 14.3.2. Régression linéaire et logistique
- 14.3.3. PCA y clustering

14.4. Machine learning

- 14.4.1. Sélection de modèles et régularisation
- 14.4.2. Arbres et forêts aléatoires
- 14.4.3. Traitement du langage naturel

14.5. Big Data

- 14.5.1. *Hadoop*
- 14.5.2. *Spark*
- 14.5.3. Systèmes de recommandation et filtrage collaboratif

14.6. Cas de succès en Data Science

- 14.6.1. Segmentation de la clientèle à l'aide du modèle RFM
- 14.6.2. Application des plans d'expériences
- 14.6.3. *Supply chain Management: Forecasting*
- 14.6.4. *Business Intelligence*

14.7. Architectures hybrides en Big Data

- 14.7.1. Architecture Lambda
- 14.7.2. Architecture Kappa
- 14.7.3. *Apache Flink* et les mises en œuvre pratiques
- 14.7.4. *Amazon Web Services*

14.8. Big Data dans le cloud

- 14.8.1. AWS: Kinesis
- 14.8.2. AWS: DynamosDB
- 14.8.3. *Google Cloud Computing*
- 14.8.4. *Google BigQuery*



07

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.



Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



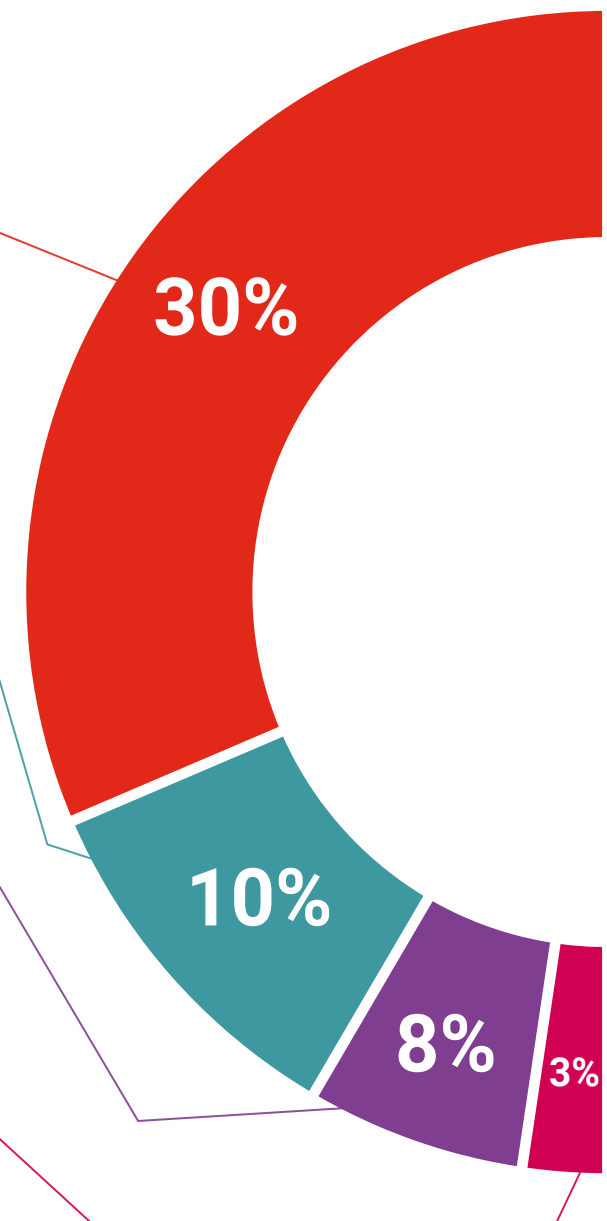
Stages en compétences de gestion

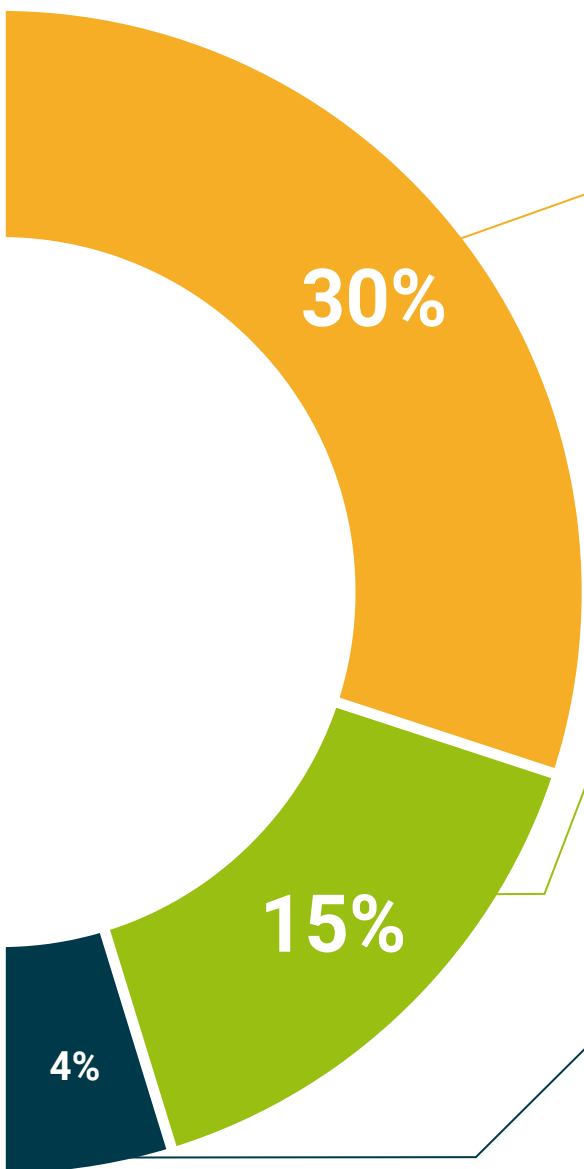
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



08

Profil de nos étudiants

Le MBA en Marketing Numérique est un programme destiné aux professionnels de la vente et du Marketing qui souhaitent mettre à jour leurs connaissances, découvrir de nouvelles façons de vendre, comprendre le marché numérique, développer des techniques pour fidéliser les clients et gérer des équipes de vente dans des environnements en ligne, ainsi que progresser dans leur carrière professionnelle.





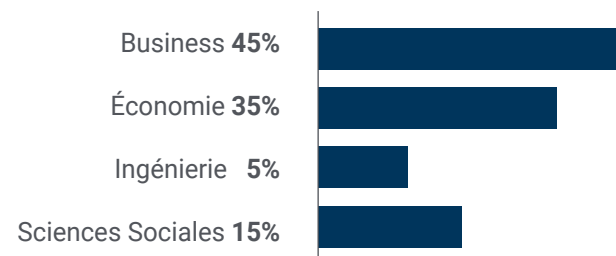
“

Si vous avez de l'expérience en Marketing et en e-commerce et que vous souhaitez continuer à vous spécialiser dans ce domaine, n'hésitez pas à rejoindre TECH"

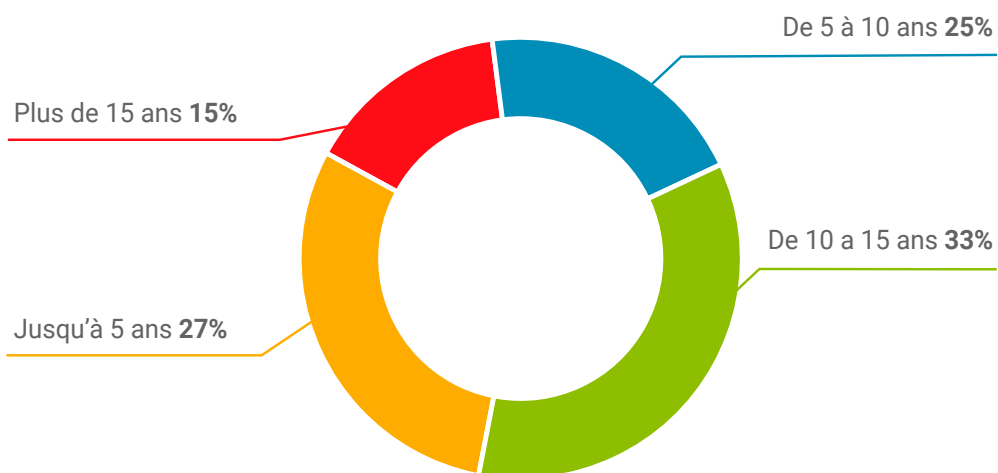
Âge moyenne

Entre **35** et **45** ans

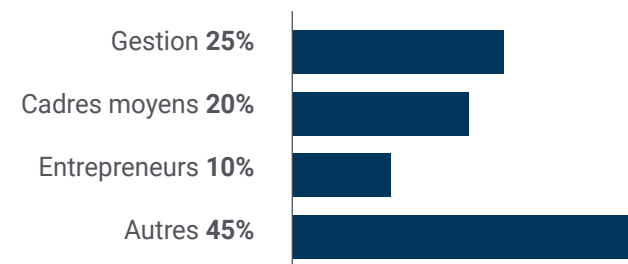
Formation



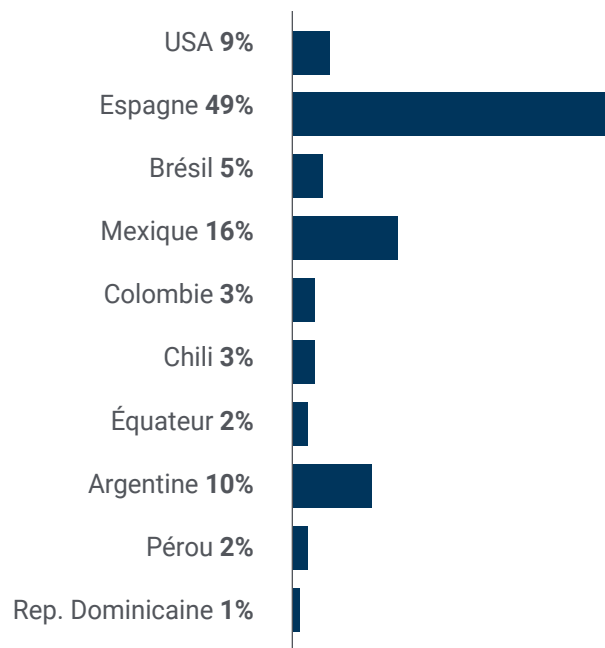
Années d'expérience



Profil Académique



Distribution Géographique



Miriam Díaz

Social Media & Content Manager

"Je tiens à souligner la grande capacité des enseignants à transmettre et à partager les connaissances de manière simple, précise et ordonnée. Grâce à l'équilibre atteint entre la théorie et la pratique, l'étudiant finit par acquérir les outils clés à appliquer dans sa vie quotidienne. Il s'agit sans aucun doute d'un investissement économique académique qui permet l'obtention de grands bénéfices à court terme".

09

Direction de la formation

Le corps enseignant du programme comprend des experts de premier plan dans tout ce qui concerne le Marketing Numérique et la gestion du commerce électronique, qui apportent à ce programme l'expérience de leurs années de travail, ce qui en fait une expérience académique unique et très enrichissante pour l'étudiant.





“

Apprenez des professionnels de premier plan les dernières tendances en matière de commerce électronique et devenez un expert dans ce domaine”

Directeur invité international

Scott Stevenson est un expert en **Marketing Numérique** distingué qui, depuis plus de 19 ans, travaille pour l'une des entreprises les plus puissantes de l'industrie du divertissement, **Warner Bros Discovery**. À ce titre, il a joué un rôle déterminant dans la **supervision de la logistique et des flux de travail créatifs** sur de multiples plateformes numériques, y compris les médias sociaux, la recherche, l'affichage et les médias linéaires.

Son leadership a été déterminant dans la mise en place de **stratégies de production de médias payants**, ce qui a entraîné une nette **amélioration des taux de conversion** de son entreprise. Parallèlement, il a assumé d'autres fonctions, telles que celles de Directeur des Services Marketing et de Responsable du Trafic au sein de la même multinationale pendant la période où il occupait un poste de direction.

M. Stevenson a également participé à la distribution mondiale de jeux vidéo et à des **campagnes de propriété numérique**. Il a également été chargé d'introduire des stratégies opérationnelles liées à la formation, à l'achèvement et à la livraison de contenus sonores et visuels pour des **publicités télévisées et des bandes-annonces**.

Il est titulaire d'une licence en télécommunications de l'université de Floride et d'une maîtrise en création littéraire de l'Université de Californie, ce qui témoigne de ses compétences en matière de **communication et de narration**. En outre, il a participé à l'école de développement professionnel de l'Université de Harvard à des programmes de pointe sur l'utilisation de **l'Intelligence Artificielle dans les entreprises**. Son profil professionnel est donc l'un des plus pertinents dans le domaine actuel du **Marketing et des Médias Numériques**.



D. Stevenson, Scott

- Directeur des Services de Marketing chez Warner Bros. Entertainment
- Responsable du Trafic chez Warner Bros. Entertainment
- Master en Ecriture Créative de l'Université de Californie
- Licence en Télécommunications de l'Université de Floride

“

Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”

Direction



M. Galán, José

- ◆ Diplômé en Publicité et Relations Publiques
- ◆ Spécialiste en Ecommerce, SEO et SEM
- ◆ Travaillant depuis plus de 10 ans dans le Marketing en ligne pour plusieurs projets et entreprises dans différents secteurs
- ◆ Blogueur à "Cosas sobre Marketing Online"



10

Impact sur votre carrière

Nous sommes conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important. Le principal objectif de cet investissement est la croissance professionnelle. Et, avec nous, vous avez de grandes chances d'y parvenir. Ne manquez donc pas l'occasion que vous offre TECH de vous spécialiser avec la meilleure équipe dans ce domaine à forte demande professionnelle.



“

Notre défi est d'apporter un changement positif dans votre carrière et nous nous engageons pleinement à vous aider à y parvenir"

Si vous souhaitez apporter un changement positif à votre carrière professionnelle, notre programme académique vous aidera à y parvenir.

Êtes-vous prêt à faire le grand saut? Vous allez booster votre carrière professionnelle.

Le MBA Marketing Numérique de TECH est un programme intensif qui vous prépare à relever les défis et à prendre des décisions commerciales dans le domaine du commerce électronique et de la gestion du Marketing dans les environnements numériques. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à réussir.

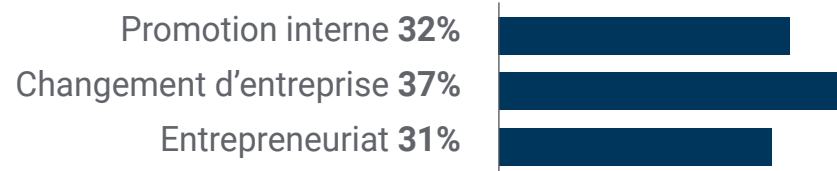
Si vous voulez vous améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.

Ne manquez pas l'occasion de vous spécialiser avec nous et vous verrez que vous obtiendrez rapidement les résultats attendus.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

L'achèvement de ce programme signifie une augmentation de salaire de plus de 25% pour nos étudiants.



11

Bénéfices pour votre entreprise

Le MBA Marketing Numérique contribue à élever le talent de l'organisation à son plein potentiel en spécialisant des leaders de haut niveau.

Participer à ce Executive Mastère est une opportunité unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.



“

À l'issue de ce Mastère, vous serez en mesure d'apporter à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements essentiels dans l'organisation"

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

Accroître les talents et le capital intellectuel le capital intellectuel

Vous apporterez à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements significatifs dans l'organisation.

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le manager et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Vous serez en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.

05

Développement de projets propres

Vous pourrez travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R&D ou du développement commercial de votre entreprise.

06

Augmentation de la compétitivité

Ce Mastère dotera nos étudiants des compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire ainsi progresser l'organisation.

12 Diplôme

Le MBA Marketing Numérique vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Executive Mastère délivré par TECH Université Technologique.





“

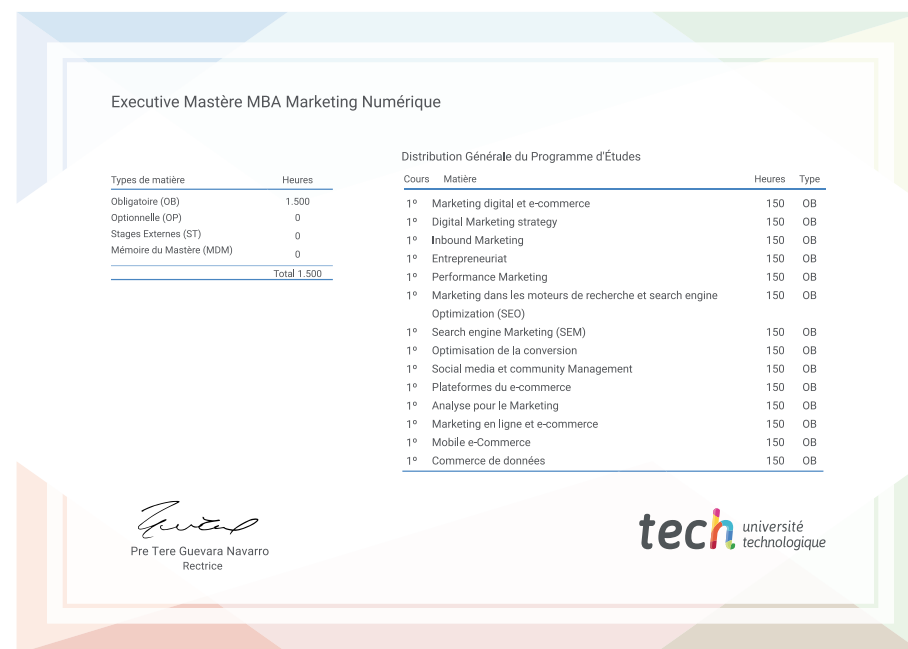
Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **MBA Marketing Numérique** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme d'**Executive Mastère** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Executive Mastère, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Executive Mastère MBA Marketing Numérique**
N.º d'Heures Officielles: **1.500 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Executive Mastère MBA Marketing Numérique

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Executive Mastère

MBA Marketing Numérique



SEARCH ENGINE
MARKETING

The image shows a laptop screen with a blue background. The central text reads "SEARCH ENGINE MARKETING". Surrounding this text are several circular icons with labels: "RANKING" (with five stars), "SEARCH" (with a magnifying glass), "PERFORMANCE MEASUREMENT" (with a gauge), "BACKLINKS" (with a chain link), "TARGET GROUP" (with a group of people), and "WEB" (with a globe). The laptop is partially visible, and the background is a mix of white and dark blue geometric shapes.