Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
G450	E-Pazarlama	7	3	0	0	3	5

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission	
au Cours	

Langue du Cours	Français
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	L'objectif de ce cours est d'expliquer les processus et systemes du E-marketingutilisant les divers exemples sectoriels et des pratiques contemporains.
Contenus	 Introduction E-marketing stratégique et les mesures de performance Plan E-marketing et le marketing du contenu E-marketing Global Le design utilisateur, mobil et web La recherche E-marketing research, CRM et analyse des données E-consommateur SEO-SEM La publicité en ligne Marketing d'affilié Les médias sociaux et les stratégies sur les médias sociaux Management de la reputation en ligne Marketing Mobile E-marketing et la responsabilité sociale
Ressources	- Judy Strauss and Raymond Frost. E-Marketing. Upper Saddle NJ: Prentice Hall Integrating Online and Offline Strategies. M. L. Roberts, 2nd edition Thomson/Atomic Dog Publishing, 2007, ISBN 13: 978-0-759-39278-6 Reichheld, F. F. & Schefter, P. (2000). E-Loyalty - Your secret weapon on the web." Harvard Business Review, July-August: 105-113

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets	
1	Introduction	
2	E-marketing stratégique et les mesures de performance	
3	Plan E-marketing et le marketing du contenu	
4	E-marketing Global	
5	Le design utilisateur, mobil et web	
6	La recherche E-marketing research, CRM et analyse des données	
7	E-consommateur	
8	SEO-SEM	
9	La publicité en ligne	

Semaine	Intitulés des Sujets	
10	Marketing d'affilié	
11	Les médias sociaux et les stratégies sur les médias sociaux	
12	Management de la reputation en ligne	
13	Marketing Mobile	
14	E-marketing et la responsabilité sociale	