

Contenus

| Nom du Cours | | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|------------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| COM421 | Internet et marketing mobile | 7 | 2 | 0 | 0 | 2 | 3 |

| | |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis | |
| Conditions d'Admission au Cours | |

| | |
|-------------------|---|
| Langue du Cours | Turc |
| Type de Cours | Électif |
| Niveau du Cours | Licence |
| Objectif du Cours | Le but de ce cours est de transférer l'expérience d'une entreprise de télécommunication sur le marketing digitale et l'un de ses sous-chapitre mobile marketing (les acteurs, les éléments et les exemples etc...) aux étudiants. Avec les exemples de marketing mobile les étudiants vont reconcilier les connaissances académiques et les travaux du secteur privé. |
| Contenus | Après avoir donné des informations et des exemples générales sur le marketing digitale et mobile, les étudiants vont préparer des campagnes digitales intégrée. |
| Ressources | Aslam, K. (2017). The 7 Critical Principles of Effective Digital Marketing. CreateSpace Independent Publishing Platform. Kingsnorth, S. (2016). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page. Varnalı, K.,&Toker, A.,&Yılmaz, C.(2011). Mobile Marketing. McGraw Hill |

Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets |
|---------|--|
| 1 | De traditionnelle au digital |
| 2 | Définir le marketing mobile |
| 3 | Utiliser les technologies mobile entre le consommateur et l'entreprise I |
| 4 | Utiliser les technologies mobile entre le consommateur et l'entreprise II |
| 5 | Utiliser les technologies mobile entre le consommateur et l'entreprise III |
| 6 | Utiliser les technologies mobile entre le consommateur et l'entreprise IV |
| 7 | Examen partiel |
| 8 | Utiliser les technologies mobile entre le consommateur et l'entreprise V |
| 9 | La chaine des valeurs de mobile |
| 10 | USP (La proposition unique de vente) |
| 11 | Les éléments de marketing mobile |
| 12 | Les propriétés de marketing mobile |
| 13 | Les principes de marketing mobile |
| 14 | La présentation |