

Formation “DIGITAL MARKETING”

PROFESSIONAL CERTIFICATE

DMPC™

Dates: 01-02-03 Février 2023

Lieu: Locaux de l'Université

Formatrice : Houaida SAFFAR

Objectif général de la formation :

Renforcer la capacité des apprenants en matière de Marketing digital avec le programme Digital Marketing Professional Certificate (DMPC ™).

Objectifs spécifiques :

Le programme Digital Marketing Professional Certificate (DMPC ™) fournit une compréhension détaillée des concepts :

- Des stratégies et de la mise en œuvre du marketing numérique, y compris les campagnes d'e-mail et d'optimisation des moteurs de recherche (SEO),
- Les campagnes de paiement par clic (PPC),
- Les médias sociaux,
- Le ciblage et,
- L'intégration du numérique au marketing traditionnel.

Méthodes pédagogiques lors de la formation:

Apports théoriques, travail de groupe, travail individuel, études de cas, discussion / échange, brainstorming, Mind mapping, World café, mise en situation...

Chronogramme de la formation :

Jour 1 :

Horaire	Activité	Objectifs clés
09 :00 – 09 :45	Dégel et Cadrage	Activité Brise-glace, nivellement des attentes, présentation des participants et du programme.
09 :45 – 10 :30	Discussion/échange /brainstorming	<ul style="list-style-type: none">• Savoir présenter le marketing numérique• Connaître l'arbre du marketing numérique• Comprendre le nouveau monde
10 :30 – 11 :15	Présentation/discussion plénière	<ul style="list-style-type: none">• Connaître les notions : -Le Canevas du Modèle d'Affaires -Le public cible -Le buyer personae
11 :15 – 11 :45	Travail de groupe/ étiquettes	<ul style="list-style-type: none">• Connaître le parcours client en marketing digital.
11 :45 – 12 :15	Pause-café	
12 :15 – 13 :45	Travail individuel / (cartes métaplans) / travail de groupe / simulation	<ul style="list-style-type: none">• Connaître les concepts clés du marketing digital (Marketing de contenu, blogs, Podcast, Video Marketing, Inbound Marketing, Content Curation, Integrated on/offline Marketing)
13 :45 – 14 :00	Réflexion et révision Fin J1	

Jour 2 :

Horaire	Activité	Objectifs clés
09 :00 – 09 :15	Eveil et wrap up	Retour sur les apprentissages clés du J1
09 :15 – 10 :00	Travail de groupe	<ul style="list-style-type: none">• Connaître la génération de leads
10 :00 – 11 :00	Présentation / séance plénière	<ul style="list-style-type: none">• Connaître les fondamentaux du coaching• Connaître les outils du coaching
11h00 -11 :45	World Café	<ul style="list-style-type: none">• Connaître les notions du Search marketing (marketing de recherche)

11 :45 – 12 :15	Pause-café	
12 :15 – 12 :45	Présentation /séance plénière	<ul style="list-style-type: none"> • Connaitre les différents aspects du Digital Display Advertising (publicité par affichage numérique). • Connaitre l'expérience utilisateur et la convivialité.
12 :45 – 13 :45	Jeu de cartes	<ul style="list-style-type: none"> • Connaitre les concepts du « Email marketing »
13 :45 – 14 :00	Réflexion et révision Fin J2	

Jour 3 :

Horaire	Activité	Objectifs clés
09 :00 – 09 :15	Eveil et wrap up	Retour sur les apprentissages clés du J1 et J2
09 :15 – 10 :00	Travail de groupe	<ul style="list-style-type: none"> • Connaitre les concepts du Marketing des médias sociaux (Social Media)
10 :00 – 10 :45	Jeu de cartes	<ul style="list-style-type: none"> • Connaitre le reciblage
10 :45 -11 :15	World Café	<ul style="list-style-type: none"> • Connaitre les éléments de suivi et de mesure
11 :15 – 11 :45	Pause-café	
11 :45 – 12 :45	Mind Mapping	<ul style="list-style-type: none"> • Regrouper les connaissances acquises durant l'atelier
12 :45 – 13 :45	Test blanc	<ul style="list-style-type: none"> • S'auto-évaluer par un test blanc
13 :45 – 14 :00	Réflexion et révision Fin J3	