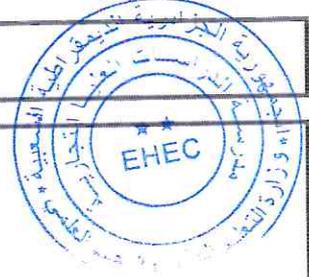


SYLLABUS



Domaine : Sciences Économiques, de Gestion et Commerciales.
Filière : Sciences commerciales
Spécialité : Marketing Digital
Semestre : 01

Année universitaire : 2025/2026

Identification de la matière d'enseignement

Intitulé : Gestion de la marque en ligne

Unité d'enseignement : Fondamental

Nombre de Crédits : 4

Coefficient : 2

Volume horaire hebdomadaire total :

- Cours (nombre d'heures par semaine) : 3H
- Travaux dirigés (nombre d'heures par semaine) : 2H
- Travail personnel (nombre d'heures par semaine) : 1H

Responsable de la matière d'enseignement

Nom, Prénom, Grade : BOUDIFA HAKIMA

Localisation du bureau (Bloc, Bureau) : EHEC 2 ème étage

Email : boudifa.h@gmail.com

Tel (Optionnel) : 0557743545

Horaire du cours et lieu du cours : 11H30 14H30

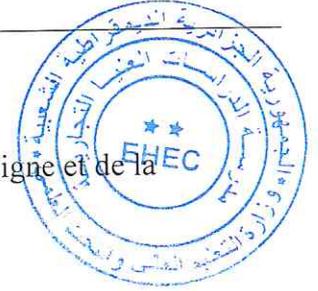
Description de la matière d'enseignement

Prérequis : Des connaissances préalables en stratégie marketing et en marketing digital sont nécessaires

Objectif général du la matière d'enseignement :

Objectifs d'apprentissage : Comprendre l'importance de la gestion de la marque en ligne et du community management

- Apprendre à construire et à maintenir une marque forte en ligne
- Découvrir les meilleures pratiques pour gérer une communauté en ligne
- Comprendre comment mesurer et analyser la performance de la marque en ligne et de la communauté



Contenu de la matière d'enseignement

Une gestion efficace de la marque ajoute de la valeur à votre entreprise de plusieurs façons, notamment en favorisant la confiance en votre marque, en créant des expériences relatives à la marque significatives et en encourageant l'engagement client. Si vous cherchez à accroître la reconnaissance et la notoriété de la marque, il existe de nombreuses façons de le faire par le biais de la gestion de la marque.

Elle favorise la confiance en votre marque en créant une perception positive et en ajoutant de la crédibilité à votre entreprise et au nom de votre marque.

Cela vous aide à bâtir une marque forte qui offre des expériences relatives à la marque significatives et percutantes.

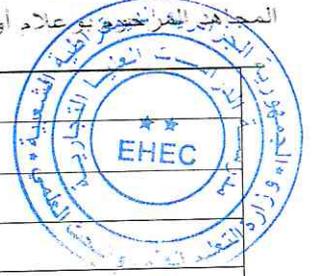
Cela encourage l'engagement client et la promotion par les clients, ce qui mène à un marketing positif par le bouche à oreille.

Cela peut vous aider à générer des ventes et des conversions supplémentaires parmi les clients fidèles

Les principes de gestion de la marque sont des concepts fondamentaux qui guident le développement et la gestion stratégique d'une marque. Elles peuvent varier selon les priorités de votre entreprise, mais voici une ventilation des éléments les plus importants, du positionnement de la marque à la protection de la marque

Modalités d'évaluation

Nature du contrôle	Pondération en %
--------------------	------------------



Examen	60%
Micro – interrogation	5%
Travaux dirigés	5%
Travaux pratiques	
Projet personnel	10%
Travaux en groupe	10%
Sorties sur terrains	
Assiduité (Présence /Absence)	10%
Autres (à préciser)	
Total	

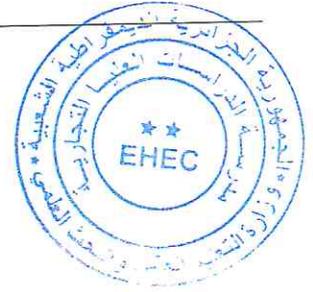
Références & Bibliographie

Textbook (Référence principale) :

Titre de l'ouvrage	Auteur	Éditeur et année d'édition
Godefroy, J. (2019). Marque & marketing digital: Les fondamentaux du marketing de la marque à l'ère du digital. Dunod.	Godefroy, J.	Dunod.

Les références de soutien si elles existent :

Titre de l'ouvrage (1)	Auteur	Éditeur et année d'édition
Mahé, A. (2020). Brand content et stratégies de contenu: Comment les marques se transforment en médias. Eyrolles.	Mahé, A.	Eyrolles.
Titre de l'ouvrage (2)	Auteur	Éditeur et année d'édition



Planning du déroulement du cours

Semaine	Titre du Cours	Date
1ere Semaine	Définition de la gestion de la marque en ligne et du community management <input type="checkbox"/> Les facteurs clés pour réussir la gestion de la marque en ligne et du community management <input type="checkbox"/> Introduction aux outils et aux méthodes de mesure de la performance de la marque en ligne et de la communauté	
2eme Semaine	Introduction à la stratégie de marque en ligne Les éléments clés pour construire une marque forte	
3eme Semaine	Création de contenu pour la gestion de la marque en ligne • Gestion des commentaires et des feedbacks en ligne • Mesure de la performance de la gestion de la marque en ligne	
4eme Semaine	Micro interrogation écrite N°1 Les outils d'analyse de la performance de la marque en ligne et de la communauté <input type="checkbox"/> Comment mesurer et analyser	

	<p>l'engagement de la communauté en ligne</p> <p><input type="checkbox"/> Comment interpréter les résultats de mesure et d'analyse pour améliorer la performance de la marque en ligne et de la communauté</p>	
	<p>comment gérer les crises en ligne,</p> <p><input type="checkbox"/> comment anticiper les situations de crise,</p> <p><input type="checkbox"/> comment communiquer efficacement en période de crise, etc.</p>	
	<p>Réalisation d'un projet de gestion de la marque en ligne ou de community management en groupe</p> <p><input type="checkbox"/> Évaluation et présentation des projets</p>	
	Examen de fin de semestre	
	Examen de rattrapage	

N°	Nom et Prénom (etudiant)	Signature
1		
2		
3		
4		

5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		

