



## SYLLABUS

**Domaine :** Sciences Économiques, de Gestion et Commerciales.

**Filière :** Sciences Commerciales

**Spécialité :** Marketing Digitale

**Semestre :** 01

**Année universitaire :** 2025/2026

### *Identification de la matière d'enseignement*

**Intitulé :** Marketing des réseaux sociaux

**Unité d'enseignement :** Fondamentale

**Nombre de Crédits :** 04

**Coefficient :** 02

**Volume horaire hebdomadaire total :**

- Cours (nombre d'heures par semaine) : 1H30
- Travaux dirigés (nombre d'heures par semaine) : 1H30
- Travail personnel (nombre d'heures par semaine) :

### *Responsable de la matière d'enseignement*

**Nom, Prénom, Grade :** SAIDANI Amal, Professeur e

**Localisation du bureau (Bloc, Bureau) :**

**Email :** [a.saidani@hec.dz](mailto:a.saidani@hec.dz)

**Tel (Optionnel) :**

**Horaire du cours et lieu du cours :**

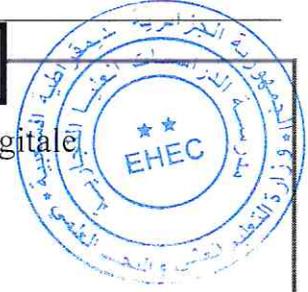
### Description de la matière d'enseignement

**Prérequis :** Connaissances préalables en marketing, et stratégie digitale

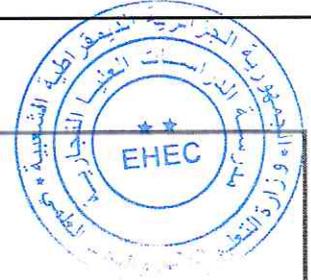
**Objectif général du la matière d'enseignement :**

**Objectifs d'apprentissage :**

- Apprendre les stratégies de marketing efficaces pour les médias sociaux
- Découvrir les dernières tendances des médias sociaux et leur impact sur les affaires
- Apprendre à utiliser les médias sociaux pour générer des prospects et des ventes



## Contenu de la matière d'enseignement



### 1- Introduction aux médias sociaux et au social selling (2 Seances)

- Définition des médias sociaux et du social selling
- Importance des médias sociaux dans les affaires
- Rôle des médias sociaux dans le processus de vente

### 2- Stratégies de marketing pour les médias social selling ( 2 Seances)

- Développement d'une stratégie de médias sociaux efficace
- Création de contenu pour les médias sociaux
- Utilisation de publicités payantes sur les médias sociaux

### 3- Caractéristiques des principaux réseaux sociaux ( 2 Seances)

- Vue d'ensemble des principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.)
- Utilisation de chaque réseau social pour la vente
- Création de profils d'entreprise sur les réseaux sociaux

### 4- Gestion de communauté sur les médias sociaux ( 2 Seances)

- Engager avec les abonnés et les clients potentiels sur les médias sociaux
- Répondre aux commentaires et aux messages des clients
- Mesure des performances des médias sociaux

### 5- Les principes du Social Selling ( 2 Seances)

- Définition du social selling
- Création d'une stratégie de social selling
- Utilisation des médias sociaux pour générer des prospects et des ventes

### 6- Tendances et innovations en matière de médias sociaux (2 Séances)

- Dernières tendances en matière de médias sociaux
- L'avenir des médias sociaux et leur impact sur les affaires



### Modalités d'évaluation

Nature du contrôle	Pondération en %
Examen	60
Micro – interrogation	
Travaux dirigés	
Travaux pratiques	
Projet personnel	20
Travaux en groupe	
Sorties sur terrains	
Assiduité ( Présence /Absence)	20
Autres ( à préciser)	
<b>Total</b>	<b>100</b>

### Références & Bibliographie

#### *Textbook (Référence principale) :*

Titre de l'ouvrage	Auteur	Éditeur et année d'édition
Social Selling	Nicolas Vanderbiest et Céline Mas	2019

#### *Les références de soutien si elles existent :*

Titre de l'ouvrage (1)	Auteur	Éditeur et année d'édition
Le social selling : Utiliser les réseaux sociaux pour vendre	Tony J. Hughes	2018
Titre de l'ouvrage (2)	Auteur	Éditeur et année d'édition
Marketing digital : 5 leviers pour faire décoller votre business en 2019	Raphaël Doucet	2019



**Planning du déroulement du cours**

Semaine	Titre du Cours	Date
1ere Semaine	<i>Introduction aux médias sociaux et au social selling</i>	
2eme Semaine	<i>Introduction aux médias sociaux et au social selling</i>	
3eme Semaine	<i>Stratégies de marketing pour les médias social selling</i>	
4eme Semaine	<i>Stratégies de marketing pour les médias social selling</i>	
5eme Semaine	<i>Caractéristiques des principaux réseaux sociaux</i>	
6eme Semaine	<i>Caractéristiques des principaux réseaux sociaux</i>	
7eme Semaine	<i>Gestion de communauté sur les médias sociaux</i>	
8eme Semaine	<i>Gestion de communauté sur les médias sociaux</i>	
9eme Semaine	<i>Les principes du Social Selling</i>	
10eme Semaine	<i>Les principes du Social Selling</i>	
11eme Semaine	<i>Tendances et innovations en matière de médias sociaux</i>	
12eme Semaine	<i>Tendances et innovations en matière de médias sociaux</i>	
	<b>Examen de fin de semestre</b>	
	<b>Examen de rattrapage</b>	

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique Et Populaire

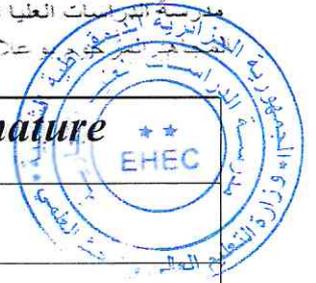
Ministère de l'Enseignement Supérieur  
et de la Recherche Scientifique



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

École des Hautes Etudes Commerciales  
E.H. Moudjahid Bentalemi Oussedik

مدرسة الدراسات العليا التجارية  
الجزائرية للدراسات التجارية  
ع.ه. محمد بن طاهر أوسديك



N°	Nom et Prénom (etudiant)	Signature
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		