

Evaluation et optimisation de produit/processus média

Domaine	Ingénierie et Architecture
Filière	Ingénierie des médias
Orientation	Ingénierie des médias (IM)
Mode de formation	Plein temps

Informations générales

Nom:	:	Evaluation et optimisation de produit/processus média
Identifiant:	:	EvalOptPro
Année académique	:	2019-2020
Responsable:	:	Arnaud Dufour
Charge de travail:	:	150 heures d'études
Périodes encadrées:	:	64 (= 48 heures)

Semestre	E1	S1	S2	E2	S3	S4	E3	S5	S6
Cours								64	

Connaissances préalables recommandées

Ce cours met en pratique des connaissances acquises précédemment dans un grand nombre de cours de communication, de marketing, de management et d'informatique.

Objectifs

- Connaître les principes, objectifs, rôles des divers types d'audits utiles pour évaluer la communication traditionnelle et l'écosystème digital de l'entreprise
- Cartographier l'écosystème digital de l'organisation
- Effectuer une analyse concurrentielle
- Développer un benchmark illustrant les meilleures pratiques du domaine
- Récolter et analyser les indicateurs pertinents (KPIs)
- Exploiter les outils d'audit spécifiques à chaque produit média
- Déterminer les questions clés à poser aux acteurs impliqués dans la gestion de ces éléments
- Formuler des recommandations allant du niveau stratégique au niveau opérationnel et couvrant aussi bien les dimensions techniques/informatique, que les contenus, le design, l'ergonomie, les outils, l'organisation, les processus et les moyens mis en oeuvre
- Résumer ces recommandations dans un rapport et une présentation professionnelle

Contenu et formes d'enseignement

Répartition des périodes indiquée à titre informatif.

Cours: 64 périodes

- L?audit de stratégie et travail de groupe	8
- L?audit de la communication traditionnelle et travail de groupe	8
- L?audit du système d?information et travail de groupe	8
- L?audit des activités digitales et travail de groupe	8

- L?audit des activités promotionnelles et travail de groupe 8
- L?audit du système de mesure des résultats et travail de groupe 8
- Le rapport d?audit et sa présentation 8
- Répétition générale des présentations 4
- Présentation des résultats aux entreprises 4

Bibliographie

- Audit de site web, 2ème édition, par Vincent Hiard, chez ENI, Coll. Objectif Web, 2016, ISBN : 978-2-4090-0258-8
- Qualité Web - La référence des professionnels du Web, par Élie Sloïm & Laurent Denis, chez Eyrolles, 2016, ISBN: 978-2-212-14433-8, disponible sur ScholarVox
- Techniques de référencement web : Audit et suivi SEO, 3ème édition, par Mathieu Chartier et Alexandra Martin, chez Eyrolles, 2018, ISBN: 978-2-212-67607-5, disponible sur ScholarVox
- L'audit et les projets, par Jean-Pierre Madoz, chez AFNOR, 2003, ISBN: 978-2-12-475061-0, disponible sur ScholarVox

Contrôle de connaissances

Cours:

L'acquisition des matières de cet enseignement sera contrôlée au fur et à mesure par des tests et des travaux personnels tout au long de son déroulement.

Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 1

Fiche validée le 01.09.2019 par Ertz Olivier