

## MARKETING DIGITAL ET IA

**Champ d'enseignement** (cochez le/les champ(s) d'enseignement relatif à l'enseignement)

CMP	SHS	PHY	BMC	APS	OUT	LAN	APA	ENS	<b>MNG</b>	ERG
									X	

**Année et semestre d'étude** (cochez l'année et le semestre relatifs à l'enseignement)

Licence 1 TC		Licence 2 TC		Licence 2 EM		Licence 3 EM PCL		Licence 3 EM PE			Licence 3 APAS			Licence 3 ESPM			Licence 3 MS			Licence 3 GDOSSL		
S1	S2	S3	S4	S5	S6	S5	S6	S4	S5	S6	S4	S5	S6	S4	S5	S6	S4	S5	S6	S5	S6	
																				X		

**Nature et volume du cours** (renseignez le nombre d'heures ou de semaines de stage relatifs à l'enseignement)

Cours magistral (CM)	Travaux dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Pédagogie Active	Stage
7 h	h	h	9 h	semaines

**Objectifs de l'enseignement** (précisez en quelques lignes les notions abordées, les connaissances et/ou compétences visées par l'enseignement)

Comprendre les fondamentaux du marketing digital et ses leviers principaux.  
 Découvrir les usages actuels et émergents de l'intelligence artificielle dans les stratégies marketing.  
 Savoir mobiliser des outils numériques (IA, CRM, SEO, automatisation...) pour améliorer la performance marketing dans un contexte sportif.  
 Développer une approche critique de l'usage de l'IA dans la relation avec les publics, les fans ou les clients.  
 Expérimenter la conception de contenus et de campagnes digitales intégrant des outils d'IA.

**Mots-clés**

Marketing digital / Intelligence artificielle (IA) / Personnalisation / Automatisation / CRM (Customer Relationship Management) / SEO / SEA / Réseaux sociaux / Stratégie de contenu / Données / Big Data / Éthique et RGPD / Engagement des fans / Sport & innovation

**Compétences à aborder.**

Identifier les leviers pertinents d'une stratégie de marketing digital dans le sport.  
 Analyser des campagnes digitales intégrant des outils d'intelligence artificielle.  
 Utiliser des outils numériques pour la création de contenus marketing (texte, visuel, vidéo).  
 Élaborer une campagne ciblée et automatisée en s'appuyant sur les données utilisateurs.  
 Porter un regard critique sur les enjeux éthiques liés à l'IA dans le sport (données personnelles, biais, transparence).  
 Travailler en groupe à la conception et la présentation d'un projet digital utilisant l'IA.

**Modalités d'évaluations envisagées (CC + SAE) :**

**SAE finale avec 3 autres modules de l'UE**

**Plan de cours :**

Introduction au Marketing Digital et à l'IA  
 Stratégies de Marketing Digital avec l'IA  
 IA et SEO (Référencement)  
 Éthique, Défis et Futur de l'IA en Marketing  
 EXEMPLES D'OUTILS

**Bibliographie indicative :**

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0 : Technology for Humanity. Wiley.

Sterne, J. (2017). Artificial Intelligence for Marketing: Practical Applications. Wiley.

Tuten, T. L. & Solomon, M. R. (2020). Social Media Marketing. Sage.

Ryan, D. (2016). Understanding Digital Marketing. Kogan Page.