

Fiche de cours 2026-2027

Bloc 2 Niveau CEC
6

Code Activité d'apprentissage MTL2011

Nom Activité d'apprentissage Digital marketing

Responsable(s) Joris VANDENDOOREN

Enseignant(s) Joris VANDENDOOREN

Crédits ECTS 3.0

Quadrimestre 1

Obligatoire Oui

Pondération 60.00

Catégories compétences C2. Communiquer : écouter, informer et conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe, par sa connaissance et sa pratique des langues et dans un contexte multiculturel
C3. Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres à son activité
C4. Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique
C5. S'organiser : structurer, planifier, coordonner et gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission

Prérequis N/A

Co-requis N/A

Est prérequis de N/A

Contexte Cette activité d'apprentissage fait partie de l'UE MTL201-Innovation and technology (5.0 crédits ECTS)

Code UE MTL201

Nom UE Innovation and technology

Crédits ECTS UE 5.0

Calcul moyenne UE Moyenne conditionnelle

Report de note En cas d'UE non validée, possibilité de reporter la note des activités d'apprentissage réussies (cote sur 20 supérieure ou égale à 10)

Langue Anglais

Compétences visées du référentiel C2.4 Agir comme interface dans les relations en lien avec le projet dont il a la charge
C3.3 Concevoir, produire les documents, les produits, les projets, les actions de promotion adéquats sur les supports idoines
C3.4 Intégrer les procédures, les documents, les prescriptions légales et les stratégies spécifiques au secteur d'activité
C3.5 Choisir et utiliser les technologies de l'information et de la communication
C4.1 Identifier les attentes, les besoins, apprécier les réactions des clients, des fournisseurs et proposer des solutions
C5.6 Structurer et équilibrer les offres, les produits, en fonction du profil du public cible

Acquis d'apprentissage intermédiaires et/ou spécifiques (Objectifs) Au terme de l'UE, l'étudiant sera capable de :
- Expliquer les concepts spécifiques au marketing digital
- Construire une stratégie de marketing digital en appliquant les concepts vus au cours
- Analyser la stratégie de marketing digital d'une entreprise dans le secteur tourisme et événementiel

Contenu - Principes du marketing digital
- Etapes du funnel de conversion
- Marketing d'influence
- Contenus et storytelling
- Marketing de performance
- Ecosystèmes GAFAM

Méthode d'enseignement - Cours théorique
- Cotation permanente
- Travail pratique en groupe

Supports de cours indispensables

Supports de cours indispensables, sans lesquels l'apprentissage n'est pas possible, sans lesquels l'étudiant ne peut suivre les cours de manière effective et qui sont essentiels pour la préparation de l'évaluation (ex. : exercices, TP, ...)

Forme	Description
Support de présentation	Support de présentation en PPT et PDF reprenant les éléments essentiels du cours. La prise de note et la participation active en classe sera essentielle. Accessible uniquement sur moodle avant chaque cours.
Syllabus	Chaque module fera l'objet d'un syllabus écrit (en anglais) reprenant la matière théorique. Les exercices et

Fiche de cours 2026-2027

exemples concrets seront UNIQUEMENT dans la présentation en classe. Ces supports feront partie de la matière de l'examen écrit.

Supports de cours complémentaires

Supports complémentaires (ex. : syllabi, ouvrages ou supports plus volumineux diffusés par la CIACO)

Forme	Description

Modalités d'évaluation générales

%	Période	Nature
80	Evaluation de fin de premier quadrimestre	Epreuve écrite
20	Evaluation permanente du premier quadrimestre	Ensemble de devoirs ou travaux

Modalités d'évaluation spécifiques (MES)

%	Période	Nature
100	Evaluation de fin de premier quadrimestre	Epreuve écrite

Modalités d'évaluation de seconde session

%	Période	Nature
100	Evaluation de seconde session	Epreuve écrite

Commentaires concernant les évaluations Important de bien utiliser les syllabus et les notes de cours pour l'examen écrit.