

Note pédagogique

✚ Mots clés :

Marketing digital, leviers du marketing digital, NTIC, Web 2.0, chaîne hôtelière El Mouradi.

✚ Keywords :

Digital marketing, digital marketing levers, NTIC, Web 2.0, El Mouradihotels.

✚ Résumé et problématique :

Le marketing traditionnel ne permet pas aux entreprises de solliciter suffisamment de clients. Elles ont besoin de nouveaux moyens efficaces.

Il s'agit d'un témoignage professionnel sous forme d'une séquence vidéo sous le thème « Marketing digital, cas de la chaîne hôtelière El Mouradi ». Cette vidéo est animée par le responsable de vente en ligne de la chaîne El Mouradi et d'un Tour Opérateur Français.

L'apprenant est appelé à comprendre l'évolution de la variable distribution via les nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC), à distinguer entre le Web 2.0 et le marketing digital et à maîtriser les six leviers du marketing digital.

✚ Summary and problematic :

The traditional marketing does'nt allow the companies requesting enough customers. They need new effective means.

It is about a professional testimonial in the form of a video sequence on the theme «Digital Marketing, case of El Mouradi Hotels ». This video is animated by the person in charge of the on-line sale within El Mouradi Hotels and a French Tour Operator.

The student has to learn the evolution of the distribution variable via the NTIC, to distinguish between Web 2.0 and digital marketing and to master the six digital marketing levers.

✚ Modèle disciplinaire de la ressource :

Marketing de base, marketing stratégique, digital marketing.

✚ Objectifs pédagogiques :

- Comprendre l'évolution de la distribution via les NTIC.

- Distinguer entre le Web 2.0 et le marketing digital.
- Maîtriser les six leviers du marketing digital.
- Justifier l'utilisation de quelques leviers du marketing digital par la chaîne hôtelière El Mouradi.
- Proposer d'autres leviers du marketing digital à utiliser dans d'autres secteurs ou d'autres cas d'entreprises.

