

UE4 : Stratégies de communication digitale

EC1 Pratiques de communication et de rédaction web

Intervenantes : M. Aubert

Descriptif

(Partie 1) Comment écrire pour le média web ? Quelles informations donner à quel endroit du site Internet ? Comment structurer un article pour l'adapter au web ? Quels mots choisir ? Ce cours vous apprendra les règles fondamentales de l'écriture web, afin de concevoir des textes intéressants et percutants à la fois pour les internautes et pour les moteurs de recherche. Titre, chapeau, message, liens, baseline : vous aiguiserez votre plume sur des exemples concrets et réfléchirez sur de nombreux cas pratiques. Vous développerez votre sens critique afin d'être capable de repérer les forces et les faiblesses éditoriales d'un site web.

(Partie 2) Ce cours vise à faire découvrir aux étudiants les pratiques communicationnelles des organisations au sein du Web, participant de la gestion de leur e-réputation et de leur présence en ligne : community management, création de contenu au sein des différents médias sociaux, constitution d'une communauté d'intérêt autour de la marque.

Prérequis

- Culture du web - maîtrise de l'orthographe et de la syntaxe française.
- Connaissance de l'environnement du Web 2.0 et des différents médias sociaux (plateformes de blogging, de microblogging, de réseautage social, etc.).

Compétences acquises

- Produire des contenus de qualité, percutants, optimisés pour le référencement naturel.
- Améliorer son style rédactionnel pour retenir les lecteurs.
- Comprendre le message essentiel, l'angle éditorial, le ton rédactionnel.
- Transmettre la bonne information, au bon endroit, au bon moment.
- Réaliser des opérations de community management au sein de différents médias sociaux et à destination d'une diversité de cibles.

Modalités d'évaluation

Contrôle continu.

Bibliographie

ADAM A., AUBERT M., COUSSEMENT A., MEULEMAN F., PAY T., *Ecrire et manager sa communication web*, 2009, Editions Edipro, 224 p.

LIEB R., *Content marketing*, Editions Que Publishing, 2012, 220 p.

HARDY J.-M., PALERMO G., *Réussir son site web en 60 fiches*, Editions Dunod, 2008, 151 p.

SLOIM E., DENIS L., DE DONA M., BONNY F., *Qualité web, Les bonnes pratiques pour améliorer vos sites*, Editions CopyMédia, 2012, 373 p.

ASHAMALLA P., BACON J., *Brand guilds, SXSW*, 2012, 59 p.

KOSCIUSKO-MORIZET P., *Améliorer ses taux de conversion web*, Editions Eyrolles, 2009, 256 p.

RUBIN T., ROSE K., *Return on relationship*, Editions Tate Publishing and Enterprises LLC, 2013, 133 p.

DAWSON R., BYNGHALL S., *Getting results from crowds*, Editions Advanced Human Technologies, 2012, 206 p.

<http://contentmarketinginstitute.com/>

Mots-clés

Rédaction web, mots-clés, zone éditoriale prioritaire, Google Keyword planner, analyse sémantique.