Startup business : Emarketing par le Growth Hacking

ECTS
2 crédits

Composante
IAE Savoie
Mont Blanc

En bref

- **Langues d'enseignement:** Français
- **Méthodes d'enseignement:** Hybride
- **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui
- **Repères:**

Intitulé : Shine : Approche interdisciplinaire

Descriptif

Une approche interdisciplinaire est adoptée dans ce cours

Affichage web : Oui

Présentation

Objectifs

Ce cours est conçu pour fournir aux étudiants les connaissances théoriques et pratiques nécessaires pour développer et mettre en œuvre des stratégies de croissance efficaces pour les startups ou la promotion de services et produits dans le domaine du tourisme et de l'hôtellerie.

1. Mettre en place une stratégie digitale au service de la croissance d'une organisation, rapidement et à moindre coût.
2. Soutenir et consolider/faire évoluer le projet entrepreneurial défendu / développer l'esprit entrepreneurial.
3. Découvrir la philosophie et les grands principes du growth hacking.
4. Utiliser le projet entrepreneurial pour faire vivre une expérience apprenante et éprouver les grands principes du test & learn.

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 08 mars 2026

5. Maîtriser les principaux outils digitaux soutenants la démarche entrepreneuriale.

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	7,5h
TD	Travaux Dirigés	10,5h

Pré-requis obligatoires

- Connaissances de base en marketing et marketing digital
- Familiarité avec les principaux réseaux sociaux et outils de communication en ligne
- Intérêt pour l'entrepreneuriat et l'innovation

Plan du cours

1. **Approche académique**

o Présentation du module et des concepts clés du growth hacking

o Partage d'exemples et de cas pratiques

o Réponses aux questions des étudiants

2. **Workshops: Mise en place d'une stratégie d'acquisition client optimisée pour la conversion**

o Définition du product-market fit

o Création et optimisation de landing pages

o Paramétrage de campagnes payantes sur les réseaux sociaux (Facebook Ads)

o Utilisation de Google Ads

o Stratégie d'influence sur les réseaux sociaux et forums

o Campagnes de mailing

3. **Déploiement et réalisation**

o Application pratique sur un cas d'étude dans le secteur du Tourisme ou de l'hôtellerie

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 08 mars 2026

- Construction d'une stratégie 360° complète pour la promotion d'un produit
- Objectif de production et de livrable concret

Compétences visées

1. Création et optimisation de landing pages
2. Gestion de campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux
3. Utilisation de Google Ads et Google Analytics
4. Stratégies d'influence et de prospection sur les réseaux sociaux
5. Analyse des performances et ajustement des stratégies marketing

Bibliographie

1. "Growth Hacker Marketing: A Primer on the Future of PR, Marketing, and Advertising" by Ryan Holiday
2. "Hooked: How to Build Habit-Forming Products" by Nir Eyal
3. "Traction: How Any Startup Can Achieve Explosive Customer Growth" by Gabriel Weinberg and Justin Mares
4. "Lean Analytics: Use Data to Build a Better Startup Faster" by Alistair Croll and Benjamin Yoskovitz
5. "Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age" by Jonah Berger

Repères
Intitulé : Shine : Approche interdisciplinaire

Descriptif

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 08 mars 2026

Une approche interdisciplinaire est adoptée dans ce cours

Affichage web : Oui

Infos pratiques

Contacts

Responsable du cours

Guilhem Lobre
+33 4 79 75 83 22
Guilhem.Lobre@univ-savoie.fr

Lieux

- Chambéry (domaine universitaire de Jacob-Bellecombette - 73)

Campus

- Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 08 mars 2026