

# Technologies immersives



ECTS  
crédits



Composante  
IAE Savoie  
Mont Blanc

## En bref

- > Langues d'enseignement: Français
- > Ouvert aux étudiants en échange: Non

## Présentation

### Objectifs

L'objectif de ce cours d'une durée de 14 h est de sensibiliser les étudiants aux technologies immersives en marketing : quel est l'état actuel et futur des tendances du marché ? Comment intégrer ces technologies dans une stratégie marketing ?

### Heures d'enseignement

Technologies immersives - CM	Cours Magistral	7h
Technologies immersives - TD	Travaux Dirigés	7h

### Plan du cours

#### 1.Introduction aux technologies immersives

- \* Terminologies (VR, AR, MR, XR, ...)
- \* Différences

#### 1 .Utilisation en marketing & communication

- \* Vers un nouveau marketing plus engageant
- \* Impact émotionnel
- \* Cas d'usages

#### 1 .Apports en marketing / business

- \* Augmenter les ventes retail
- \* Prolonger l'expérience client
- \* Enrichir un support digital ou non digital
- \* Réduire les coûts

#### 1 .Présentation des matériels et des acteurs

- \* La réalité virtuelle : casques, marché, évolution
- \* La réalité augmentée : lunettes, casques, smartphones
- \* Caméras 360 degrés pour la VR
- \* Les principaux acteurs

#### 1 .Ateliers d'expérimentations

- \* Prise en main des casques VR (smartphone, autonome, 6Dof)
- \* Test expériences réalité augmentée sur smartphone
- \* Découverte des caméras 360 degrés
- \* Le format VR 360 degrés sur Facebook et YouTube

#### 1 .Création d'un filtre de réalité augmentée sur Snapchat et/ou sur Instagram

- \* Prise en main de l'interface
- \* Travail sur une trame
- \* Création libre
- \* Publication de l'effet

#### 1 .Gestion de projet avec les réalités virtuelle et augmentée

- \* Les bonnes pratiques et les erreurs courantes
- \* Sélection de la technologie et des acteurs de la mise en oeuvre

### Compétences visées

- \* Etre capable d'initier et gérer un projet intégrant les technologies VR/AR
- \* Etre capable de sélectionner la bonne technologie et les bons outils VR/AR par rapport à ses objectifs
- \* Ecrire une stratégie marketing intégrant la VR et/ou l'AR
- \* Savoir intégrer l'AR/VR dans une stratégie de communication multicanal

Savoir choisir les acteurs de la mise en oeuvre

---

## Bibliographie

Thèse professionnelle :

[https://www.slideshare.net/slideshow/embed\\_code/key/ETZa7RL62XGRZO](https://www.slideshare.net/slideshow/embed_code/key/ETZa7RL62XGRZO)

**Livres :**

The fourth transformation, Robert Scoble, Shel Israel, 2016

Théorie de la réalité virtuelle, Philippe Fuchs, Presses des Mines, 2018

**Documents :**

Accenture. (2016). liquid-workforce-tech-vision-2016-trend-2. Retrieved from

<https://www.slideshare.net/AccentureTechnology>

Eckert pwc.com, V. H. (2016, February). a-guide-to-the-essential-eight-emerging-technologies. Retrieved from <http://pwc.blogs.com/>:

<http://pwc.blogs.com/ceoinsights/2016/08/a-guide-to-the-essential-eight-emerging-technologies.html>

gartner.com. (2017, Août). top-trends-in-the-gartner-hype-cycle-for-emerging-technologies-2017. Retrieved from <https://www.gartner.com: https://www.gartner.com/smarterwithgartner/top-trends-in-the-gartner-hype-cycle-for-emerging-technologies-2017/>

idc.com. (2017, Mars). Worldwide Augmented and Virtual Reality Headset Market Expected to Grow at a Compound

Annual Rate of 58%, Reaching 99.4 Million Units in 2021, According to IDC. Retrieved from <https://www.idc.com: https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS42371517>

## Infos pratiques

---

### Lieux

➤ Anancy-le-Vieux (74)

---

### Campus

➤ Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux