

E-Commerce

| | |
|--------------------------|----------------------------|
| Domaine | Ingénierie et Architecture |
| Filière | Ingénierie des médias |
| Orientation | Ingénierie des médias (IM) |
| Mode de formation | Plein temps |

Informations générales

| | |
|--------------------|------------------------|
| Nom | : E-Commerce |
| Identifiant | : E-comm |
| Années académiques | : 2021-2022, 2022-2023 |
| Responsable | : Arnaud Dufour |
| Charge de travail | : 63 heures d'études |
| Périodes encadrées | : 32 (= 24 heures) |

| Semestre | E1 | S1 | S2 | E2 | S3 | S4 | E3 | S5 | S6 |
|----------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Cours | | | | | 32 | | | | |

Connaissances préalables recommandées

-

Objectifs

- Discuter la maturité de l'e-commerce sur un marché donné
- Définir les notions de base relatives au comportement multicanal du client en particulier les phénomènes de ROPO et de showrooming
- Décrire les grandes catégories de solutions e-commerce
- Citer différentes solutions e-commerce
- Lister les principales phases d'un projet e-commerce
- Décrire les composants essentiels d'une interface marchande de qualité
- Décrire les principales options de paiement en ligne
- Expliquer les dimensions opérationnelles et logistiques d'une activité e-commerce
- Décrire des aspects spécifiques de l'e-commerce B2B par rapport au B2C
- Identifier des indicateurs de performance et de les utiliser pour effectuer un diagnostic par rapport à la performance d'un site e-commerce
- Citer quelques évolutions possibles dans le domaine de l'e-commerce

Contenu et formes d'enseignement

Répartition des périodes indiquée à titre informatif.

Cours: 32 périodes

| | |
|--|---|
| - Introduction à l'e-commerce. Tendances. M-commerce | 4 |
| - Élaborer une stratégie e-commerce, et intégrer l'e-commerce dans la stratégie de commercialisation | 4 |
| - Choisir et bâtir l'infrastructure technologique, de la place de marché au site marchand | 4 |
| - Construire le catalogue et l'interface marchande | 4 |
| - Focus sur le paiement et la fraude | 4 |
| - Concevoir et gérer l'opérationnel de l'e-commerce, les aspects logistique | 4 |

- E-commerce et B2B
- Piloter et développer la performance de l'e-commerce

4
4

Bibliographie

- « e-Commerce : Vers le commerce connecté », Henri Isaac, chez Pearson; 4e édition (2017). ISBN: 978-2326001428.

Contrôle de connaissances

Cours : L'acquisition des matières de cet enseignement sera contrôlée au fur et à mesure du cours par des tests et des travaux personnels tout au long de son déroulement.

Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 1