Université de Strasbourg

MASTER - Administration économique et sociale

Commerce électronique

Pré-requis obligatoires

Langue du parcours			Français
ECTS			120 ECTS
Volume horaire			
TP : 0h	TD : 96h	CI : 0h	CM : 872h
Formation initiale			Oui
Formation continue			Oui
Apprentissage			Non
Contrat de professionnalisation			Non
Stage : (durée en semaines)			16

Mention(s) de Licence conseillée (s) pour accéder au Master 1:
Licence AES, Licence Droit ou diplôme équivalent
Autres prérequis:
Bons résultats durant les trois années de licence - Bonne maîtrise de l'anglais - Bonne culture économique et juridique.

Mention(s) de M1 conseillée (s) pour accéder au Master 2:
Etre titulaire de M1 Droit, AES ou équivalent
Autres prérequis:
Avoir de préférence suivi des enseignements de système d'information.

Objectifs du parcours

Cette formation managériale (ouverte en formation initiale et en formation continue) forme des cadres capables :

- d'intégrer les nouvelles technologies de l'information et de communication dans la stratégie commerciale de l'entreprise et les enjeux de l'économie numérique mondialisée
- de concevoir, développer, planifier, utiliser, faciliter et gérer les projets commerciaux ou de création de services en ligne (e-commerce),
- de manager une équipe pluridisciplinaire et multiculturelle impliquée dans des projets de commerce électronique et e-business en facilitant la réalisation d'objectifs tant qualitatifs que quantitatifs
- d'étudier l'ensemble des aspects managériaux et techniques liés à l'utilisation des Technologies de l'information en tenant compte d'une approche responsable et durable et d'un cadre légal conforme et pertinent.
- d'avoir un état d'esprit 'start up' et d'acquérir les compétences en Leadership High tech

ceci en cohérence avec les éléments cadre de l'Initiative de l'Union Européenne (European high tech leadership skills agenda for 2020 and beyond, www. eskills-scale.eu /).
Outre l'acquisition de connaissances pluridisciplinaires (Economie numérique, Management, Droit, Technologies, et Marketing) le parcours s'appuie sur l'acquisition de méthodes et de savoir-faire (gestion de projet, veille et intelligence économique, entreprenariat…) et insiste sur l'innovation et son financement.
C'est pourquoi la formation est ouverte à trois types de publics différents et complémentaires (notamment par la réalisation de projets collectifs) à savoir des étudiants titulaires d'un Master AES, des étudiants titulaires d'un master 1 en droit, des étudiants titulaires d'un master 1 issu des filières marketing et de gestion, des filières informatiques, aux ingénieurs.
Les étudiants doivent acquérir des compétences transversales qui repos ent sur :

- un apprentissage pluridisciplinaire et multiculturelle
- une formation à la gestion de projet,
- une méthodologie de la prise en compte des ressources du territoire au travers des réseaux d'excellence et des clusters,
- une utilisation des outils digitaux comme accélérateur de travail collaboratif et de l'open innovation
- une initiation à la restitution de la connaissance au travers d'outils sur le net (blog.economie numérique.net)
- une maîtrise de l'anglais reposant sur l'acquisition d'un glossaire technique, une capacité de communication et d'interaction multiculturelle et de présentation technique.

Compétences à acquérir

La formation est pluridisciplinaire : elle comporte des enseignements en économie et en gestion, en droit pour non juriste, en technologies et en marketing.

- Acquérir des connaissances générales de l'environnement numérique marché et technologique
- Savoir prendre en compte le contexte européen (DSM, digital Single Market) et transfrontalier et les enjeux internationaux (dépendance par rapport aux géants du numériques américains et asiatiques)
- Connaitre les règles juridiques encadrant le marché du numérique et savoir collaborer avec des juristes et avocats de manière pertinente et efficace
- Savoir identifier les besoins en matière de sécurité du système d'information et des plateformes e-commerce en particulier
- Appréhender des architectures techniques support du ecommerce
- Rédiger un cahier des charges pour le développement d'une plateforme
- Mettre en place une stratégie de cybermarketing

- Savoir définir les besoins logistiques du commerce électronique
- Maitriser la gestion de projets numériques et animer une équipe multidisciplinaire et multiculturelle
- Etre capable de rechercher des financements pour les projets digitaux
- Développer un esprit entrepreneurial (digital entrepreneurship) et un leadership hightech
- Tenir compte du développement durable dans le développement des activités de commerce électronique.

Poursuite d'études

Master à vocation professionnelle

Codes ROME

- E1101 - Animation de site multimédia
- M1704 - Management relation clientèle
- M1705 - Marketing

Contact

Catherine Ledig : catherine.ledig@unistra.fr

Master 1 - Administration économique et sociale - Commerce électronique

Semestre 1 - Administration économique et sociale - Commerce électronique

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
Unité d'enseignements fondamentaux 1	12 ECTS	64 h		27 h			
Finance		32 h		13.5 h			
Droit économique international et européen 1		32 h		13.5 h			
Unité d'enseignements Langue 1 – Une matière au choix	3 ECTS			13.5 h			
Langue étrangère				13.5 h			
Unité d'enseignements approfondis 1	9 ECTS	96 h					
Fiscalité internationale des entreprises		32 h					
Droit du numérique 1		32 h					
Marketing / vente		32 h					
Unité d'enseignements approfondis 2	6 ECTS	64 h					
Création et transmission d'entreprises		32 h					
Innovation et technologies numériques		32 h					
Unité d'insertion professionnelle	3 ECTS						
Stage volontaire d'une durée minimale de 3 semaines consécutives							
Engagement étudiant							

Semestre 2 - Administration économique et sociale - Commerce électronique

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
Unité d'enseignements fondamentaux 2	12 ECTS	64 h		27 h			
Stratégie		32 h		13.5 h			
Droit économique international et européen 2		32 h		13.5 h			
Unité d'enseignements Langue 2 – Une matière au choix	3 ECTS	32 h		13.5 h			
Langue étrangère				13.5 h			
International economics (cours en anglais)		32 h					
Unité d'enseignements approfondis 3	9 ECTS	96 h					
Droit du numérique 2		32 h					
L'étudiant choisit deux matières parmi :							
Contrôle de gestion		32 h					
Droit de la concurrence de l'Union européenne		32 h					
Supply chain management		32 h					
Unité d'enseignements approfondis 4	6 ECTS	64 h					
Management de projet		32 h					
Approche du développement durable		32 h					
Unité d'insertion professionnelle	3 ECTS						
Stage volontaire d'une durée minimale de 3 semaines consécutives							
Engagement étudiant							

Master 2 - Administration économique et sociale - Commerce électronique

Semestre 3 - Administration économique et sociale - Commerce électronique

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
UE1: Introduction à l'économie numérique	9 ECTS	72 h					
Economie numérique : Contexte général en Europe de la transformation numérique / Politiques de l'innovation - territoires et communautés innovants / Financements							
Évolution technologique et technologie clés: Big Data, IOT, IA, Robots Block chain, nanotechnologie, biomatériaux							
Contexte transfrontalier : Les bonnes pratiques allemandes Les plateformes e business , les smart networks (assuré en EN)							
Numérique et Développement durable , les Green IT /smartgrids/smartcities							
Histoire de l'internet, du web et de l'intelligence artificielle							
Introduction aux algorithmes : les approches symboliques et connexionnistes Introduction à la transformation des modes de gouvernance et de gouvernementalité							
La marque 2.0 - Le Lean start Up							
Mondialisation et Économie numérique / Business modèles							
Ouverture à l'innovation: le cas de l'industrie du futur							
Les cybermenaces / Cyberrisques							
UE 2 : Enjeux et cadre juridiques du commerce électronique	9 ECTS	60 h					
Propriété intellectuelle: Le droit d'auteur							
Propriété intellectuelle: Le droit des signes distinctifs : droit des marques, droit des noms de domaine							
Contrat dans le commerce électronique: le contrat électronique							
Contrat dans le commerce électronique: la protection du consommateur (Droit général de la consommation et droit spécial appliqué à l'Internet)							
Conclusion du contrat et la signature électronique							
Libertés et Internet: La régulation exercée par la CNIL Le Règlement EU - RGPD							
Libertés et Internet: La publicité en ligne et le droit à l'information des consommateurs – bonnes pratiques							
Droit du contentieux: Le droit du contentieux du commerce électronique							
Droit du contentieux: Fiscalité du commerce électronique							
Droit du contentieux: Paiement en ligne							
Droit communautaire : médiation consommateurs /entreprises							
Droit du numérique : les contrats d'externalisation							
Droit du numérique : Gestion de la sécurité de système d'information d'entreprise contrats informatiques et sécurité des SI							
UE 3 : Architectures technologiques et approche technique	9 ECTS	72 h					
Sécurité de l'information et paiement sécurise							
Base de données							
Architecture d'un Système d'information							
Enjeux techniques de la virtualisation et du Cloud modèles d'externalisation (SAAS...)							
Le cloud computing et les modèles d'externalisation (SAAS...)							
Transactions en ligne / module de paiement							
Portails de services mobiles (technologies et développements d'applications)							
Rédaction d'un cahier des charges technique							
Ergonomie et interface graphique							
Séminaire technique / Bonnes pratiques Architecture des réseaux et sécurité - Identité numérique							
Études de cas : plateforme Etourisme et usage des médias pour une Société de services numériques							
Transformation numérique des media							
Les bases du développement et Plateforme Ecommerce (Magento,...)							
UE 4 : Stratégie et valorisation des données	3 ECTS	24 h					
Big data et commerce électronique							
Stratégie et cycle de vie de la donnée							
Data management plan							
Valorisation des plateformes de E-services							

Semestre 4 - Administration économique et sociale - Commerce électronique

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
UE 5 : Cybermarketing	9 ECTS	72 h					
Fondamentaux du marketing							
Stratégie marketing / Marketing des services							
Cybermarketing /Email marketing							
Acquisition de clientèle B to C B to B							
Approche marketing des services mobiles							

	ECTS	CM	CI	TD	TP	TE	Stage
CRM /CXM Communication et performance digitale							
Retour d'expérience de l'usage des réseaux Sociaux							
Différence culturelle: approche transfrontalière du e-commerce							
Management des compétences interculturelles							
UE 6 : La Logistique du commerce électronique	3 ECTS	24 h					
Enjeux de la logistique du commerce électronique							
Benchmarking des offres de prestataires logistiques							
Élaboration d'un cahier des charges logistique							
Logistique et développement durable							
UE: Insertion professionnelle: Projet ETENA (Étudiants entreprenants en Alsace)	18 ECTS	68 h					16 sem
ETENA : Stratégie positionnement d'entreprises							
ETENA : Gestion et communication de projet							
ETENA : Approche juridique de l'entreprise							
ETENA : Stratégie de financement et business plan							
ETENA : Veille technologique et mise en pratique							
ETENA : Écriture web et charte éditoriale							
ETENA : Projet en groupe coaching off et on line							
Créativité et travail collaboratif							
Stage de 4 à 6 mois							