

**FICHE PEDAGOGIQUE**

<b>DESCRIPTION DU MODULE</b>	
INTITULE : <b>e-business</b> ( <i>Technologies d'Information et de Communication</i> )	CODE : MEMLVM2801 ANNEE : 2009/2010
CONTENU : Ce cours a pour objectif d'identifier les impacts des TIC dans les métiers de la vente et de la communication :  Comment s'est construite la nouvelle économie ? Quels concepts existent encore aujourd'hui, comment s'organise le marché de l'e-business ? Quelles transformations apparaissent dans les processus de travail et de collaboration professionnelle ?	
COMPETENCES VISEES : A l'issue de la formation l'étudiant doit être capable de : <ul style="list-style-type: none"> <li>• retrouver, classer et valider des informations marketing et financière sur internet,</li> <li>• établir et utiliser une grille (critères externes et internes) d'analyse de site internet,</li> <li>• connaître les différents outils de prospection et de fidélisation du marketing interactif,</li> <li>• Identifier rapidement la " culture " et les outils de collaboration électronique dans une entreprise</li> </ul>	
DEPARTEMENT FOURNISSEUR : MARKETING VENTE	
RESPONSABLE PEDAGOGIQUE : V. MONTET	BUREAU : E 401
EMAIL : vincent.montet@devinci.fr	TEL : 01 41 16 73 08

<b>POSITIONNEMENT DU MODULE DANS LE CURSUS</b>	
ECOLE : EMLV	ANNEE : 4
PROGRAMME : EMLV	SEMESTRE : 8
OPTION : 3 options marketing	
UNITE D'ENSEIGNEMENT : MARKETING VENTE	
CREDITS ECTS : 3	

<b>DUREE (EN HEURE)</b>				
TOTAL FACE A FACE : 17h30	CM : 8h45	CA :	TD : 8h45	TP :
TOTAL EVALUATION : 2h00	CC :	EXAMEN : 2h00	SOUTENANCE :	

<b>DESCRIPTIF DETAILLE DU MODULE</b>
LANGUE D'ENSEIGNEMENT : Français
PREREQUIS : Les TIC ont été abordées dans différents modules mais comme un outil de la matière. Ce module prépare les étudiants à intégrer les TIC en tant que "business" à part entière et surtout comme un outil intégré au mix de communication.
OBJECTIFS PEDAGOGIQUES : <ul style="list-style-type: none"> <li>• faire comprendre la place et les composantes du marché de l'e-business,</li> <li>• s'initier au processus du marketing interactif,</li> <li>• acquérir une compréhension des outils et prestataires pour utiliser les Tic dans son activité professionnelle.</li> </ul>
METHODE PEDAGOGIQUE : Les cours magistraux ont pour objectif d'apporter les concepts fondamentaux. Ils alterneront une pédagogie déductive, sur les théories et les chiffres clefs, et une pédagogie inductive, à partir d'exemples concrets illustrant des concepts fondamentaux évoqués. Les TD sont organisés autour de cas concrets, souvent sur deux séances consécutives (dans des salles avec ordinateurs connectés) illustrant un concept ou approfondissant un thème de CM.

**MODALITES D'EVALUATION :**

Contrôle continu : 40 % (sous forme de dossiers et exposés faits pendant les TD), Partiel : 60 %,

**Quelles que soient les notes de contrôle continu, une note inférieure à 08/20 au partiel ne permet pas de valider ce cours et entraîne le passage de l'examen de rattrapage**

**BIBLIOGRAPHIE :**

- [www.abc-netmarketing.com](http://www.abc-netmarketing.com) (site encyclopédique du marketing interactif)
- [www.journaldunet.com](http://www.journaldunet.com) (site portail des professionnels d'internet)
- Cybermarketing, Arnaud Dufour, 2000, Que sais-je ?
- Buzz marketing, Eric Briones, Karim Stamboli, Editions d'Organisation 2002

<b>DEROULEMENT DU MODULE</b>						
<b>N° SEANCE</b>	<b>DUREE</b>	<b>TYPE COURS</b>	<b>TRAVAIL PERSONNEL</b>	<b>THEMES (obligatoire si CC )</b>	<b>LOGISTIQUE DU COURS</b>	<b>INTERVENANT(S) Si impact sur planif</b>
1	2h30	CM		Histoire, état des lieux du commerce électronique	Amphi	
2	1h15	TD	0h30	Recherche d'information sur Internet	Salle informatique	
3	1h15	TD	0h30	Le marché des liens sponsorisés sur Internet	Salle informatique	
4	2h30	CM		Création trafic et Web 2.0	Amphi	
5	1h15	TD	0h30	Audit 1	Salle informatique	
6	1h15	TD	0h30	Audit 2	Salle informatique	
7	1h15	CM		La relation client sur Internet : le push et le pull	Amphi	
8	1h15	TD	1h30	E-mailing	Salle informatique	
9	2h30	TD	0h30	Proposition commerciale	Salle informatique	
10	2h30	CM		Entreprise et Public 2.0	Amphi	