

# E-commerce (ECOM501\_MCAY)



## En bref

- > **Langues d'enseignement:** Français
- > **Méthodes d'enseignement:** En présence
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

## Présentation

### Objectifs

Ce cours a pour objectif d'étudier les stratégies du e-commerce au travers :

- # des axes de développement du e-commerce,
- # du panorama des modèles d'affaire de e-commerce,
- # des stratégies de commercialisation à l'ère du numérique,
- # de la réalisation d'un site de e-commerce,

du comportement du consommateur en ligne.

### Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	19,5h
----	-----------------	-------

### Pré-requis obligatoires

- # Connaissances de base du marketing et du marketing digital.

# Esprit d'ouverture et curiosité sur le thème du e-commerce.

---

## Plan du cours

PARTIE 1 : Qu'est-ce que le e-commerce?

# Chapitre 1 : Notions de base sur le e-commerce

# Chapitre 2 : E-commerce et distribution multicanal

PARTIE 2 : Mise en œuvre du e-commerce et comportement du consommateur en ligne

# Chapitre 1 : Réalisation d'un site de e-commerce

# Chapitre 2 : Comportement du consommateur en ligne

---

## Compétences visées

# Connaissance des axes de développement du e-commerce

# Connaissance des différents modèles d'affaire de e-commerce

# Compréhension des stratégies de commercialisation et du comportement du consommateur en ligne

# Capacité à développer une stratégie marketing pertinente pour un site de e-commerce (prise en compte du comportement du consommateur et du marché plus globalement)

---

## Bibliographie

# H. Isaac, 2017, E-commerce – vers le commerce connecté, Pearson.

# P. Volle, 2014, E-commerce de la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle, Pearson.

# T. Stenger, 2014, E-marketing & e-commerce : concepts, outils, pratiques, Dunod.

**Libellé court** : ECOM501\_MCA Y

**Nature** : MODL

## Infos pratiques

## Lieux

> Annecy-le-Vieux (74)

---

## Campus

> Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux