

Intitulé du Master : Management de la chaîne logistique

Semestre : Semestre 1

Intitulé de l'UE : Unité d'Enseignement Fondamentale

Intitulé de la matière/ e-commerce et plateformes numériques

Crédits : 04

Coefficients : 02

Mode d'enseignement : en Présentiel

Objectifs de l'enseignement

Ce cours porte sur les stratégies de vente en ligne pour les entreprises. Les étudiants apprendront comment planifier et mettre en œuvre des stratégies de vente en ligne efficaces, en utilisant des outils tels que les réseaux sociaux, les plateformes de vente en ligne et les techniques de marketing en ligne. Le cours abordera également les principes fondamentaux du commerce électronique, tels que la sécurité des paiements, les systèmes de gestion de contenu et les principaux aspects juridiques de la vente en ligne.

Connaissances préalables recommandées

Des connaissances préalables en stratégie marketing et en marketing digital sont nécessaires.

Contenu de la matière

Intitulé	Contenu
Séance1 ; Introduction au commerce électronique	<ul style="list-style-type: none">• Les principes fondamentaux du commerce électronique• Les tendances actuelles du commerce électronique
Séance 2 Les plateformes de vente en ligne	<ul style="list-style-type: none">• Les différents types de plateformes de vente en ligne• Les avantages et inconvénients de chaque type de plateforme• Comment choisir la plateforme de vente en ligne la plus adaptée à son entreprise
Séances 3, 4 Les réseaux sociaux pour la vente en ligne	<ul style="list-style-type: none">• Les différentes plateformes de réseaux sociaux utilisées pour la vente en ligne• Comment utiliser les réseaux sociaux pour générer du trafic et augmenter les ventes• Les bonnes pratiques pour la vente en ligne sur les réseaux sociaux• Le social selling

<p>Séance 8,9 ;</p> <p>Les techniques de marketing en ligne pour la vente en ligne</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les différentes techniques de marketing en ligne • Comment utiliser les techniques de marketing en ligne pour augmenter les ventes en ligne • Les bonnes pratiques pour le marketing en ligne
<p>Séance 10,11 ;</p> <p>La sécurité des paiements en ligne</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les différents moyens de paiement en ligne • Les aspects de sécurité à prendre en compte lors des paiements en ligne • Comment mettre en place un système de paiement en ligne sécurisé
<p>Séance 12 , 13,</p> <p>La planification et la mise en œuvre d'une stratégie de vente en ligne</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comment planifier une stratégie de vente en ligne • Les étapes à suivre pour mettre en œuvre une stratégie de vente en ligne efficace • Comment évaluer l'efficacité d'une stratégie de vente en ligne
<p>Séance 14 et 15</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etudes de cas : Mise en place d'une stratégie de vente en ligne 	

-
-

Travail personnel : Etude de cas : Travail individuel

et par groupes Mode d'évaluation : *Examens 60%*

Etude de cas 40%

Références

- Fleck, J., & Gravier, C. (2019). Marketing digital: Développer sa stratégie à l'ère numérique. Dunod.
- Rigaud, A. (2019). Le social selling: Utiliser les réseaux sociaux pour vendre. Eyrolles
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2017). E-commerce: De la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle. Pearson.