



Stratégie e-commerce



Niveau d'étude
BAC +2



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

Contenu :

- Identifier et analyser les segments de marché et leur évolution
- Concevoir un profil simple de persona cible et son parcours d'achat
- Identifier les modèles d'affaires sur le web
- Mettre en œuvre une stratégie e-commerce en suivant les étapes
- Savoir comment fonctionne une place de marché
- Connaître les outils de la conversion client (stratégie de contenu, inbound marketing)
- Connaître les spécificités de la logistique pour une activité e-commerce
- Intégrer le digital dans une stratégie de distribution omnicanal

Objectifs

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Participer activement à un projet digital e-commerce
- Identifier les spécificités de l'offre et de la demande du e-commerce
- Mettre en œuvre un processus logistique performant

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	9h
TP	Travaux Pratiques	6h

Modalités de contrôle des connaissances



Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

Type d'évaluation	Nature de l'épreuve	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'épreuve	Note éliminatoire de l'épreuve	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			1.5		
