E-commerce

UE 22

Enseignant(s) responsable de l'UE : Rémy BOUCKAERT
Autres enseignant·e·s de l'UE : Régis VANSNICK

Année d'études	Bloc 2
Acronyme	MKU21CFD2
Nombre de crédits ECTS	2 (facteur de pondération)
Volume horaire	30 h (Q1 30 / Q2 0)
Période de l'année	Quadrimestre 1
Niveau du cycle	1er cycle
Cadre européen de certification	Niveau 6
Caractère dans le programme	Cours obligatoire dans le programme
Langue(s) d'enseignement	Français
Coordonnées du service	Campus d'Anderlecht, Avenue Émile Gryzon 1 (bât. 4C), 1070 Anderlecht
Mode d'évaluation	Unité évaluée en épreuve intégrée
UE prérequises	Néant
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
MK21CFD2 Circuits et formes de distribution 2	30	2	OUI

Contribution de l'UE au profil d'enseignement du programme

- **HE03** HE. 3. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing fait des recommandations stratégiques fondées sur l'analyse du comportement des consommateurs et acheteurs, ainsi que sur le diagnostic de la situation de l'entreprise et de son environnement.
- **RE01** ARES. 1 S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution
- **RE01.2** ARES. 1.2 Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- **RE02.2** ARES. 2.2 Présenter, par écrit et oralement, les résultats du diagnostic stratégique et les recommandations
- **RE02.3** ARES. 2.3 Orienter la communication en fonction des publics cibles
- **RE03** ARES. 3 Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing
- **RE03.3** ARES. 3.3 Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)
- **RE03.6** ARES. 3.6 Choisir, utiliser et développer les outils et techniques adéquats pour le marketing direct, la vente et le merchandising
- **RE04.5** ARES. 4.5 Identifier et actualiser les indicateurs pertinents de suivi des marchés
- **RE05** ARES. 5 S'organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission
- **RE05.1** ARES. 5.1 Coordonner les études de marché
- **RE05.2** ARES. 5.2 Planifier les différentes étapes liées à l'élaboration du plan marketing

Autres connaissances ou compétences prérequises

Circuits et formes de distribution 2

Néant

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Circuits et formes de distribution 2

Objectifs

● Élaborer une stratégie de marketing en ligne pour promouvoir les produits ou services d'une entreprise sur les différents canaux de vente en ligne tels que les réseaux sociaux, les plateformes de publicité payante, les campagnes d'emailing, etc.

● Concevoir et gérer un site e-commerce en utilisant des outils de création de sites web, de gestion de contenu et de gestion de la relation client (CRM) pour offrir une expérience d'achat fluide et personnalisée à chaque visiteur.

● Établir des partenariats, tels que des programmes d'affiliation, pour élargir la portée de la marque et accroître les ventes en ligne.

● Effectuer des analyses de données pour suivre les performances du site e-commerce et déterminer les zones d'optimisation en termes de taux de conversion, de trafic, de panier moyen, etc.

● Gérer les opérations logistiques telles que la gestion des stocks, la gestion des commandes et la livraison des produits aux clients de manière rapide et efficace.

● Mettre en place des outils de sécurité pour protéger les données personnelles et financières des clients et s'assurer que les paiements en ligne sont effectués de manière sécurisée.

● Utiliser des outils de veille concurrentielle pour suivre les tendances du marché et ajuster la stratégie de vente en conséquence.

● Gérer les relations avec les clients en ligne et offrir un service client de qualité pour fidéliser les clients et améliorer la réputation de l'entreprise.

● Utiliser des techniques de référencement naturel (SEO) pour améliorer le positionnement du site e-commerce dans les résultats de recherche et augmenter le trafic organique.

● Suivre les tendances du marché et les évolutions de la législation en matière de commerce en ligne pour s'assurer que l'entreprise respecte les normes et les réglementations en vigueur.

Contenu

- L’écosystème de l’e-commerce

- L'architecture des différentes pages
- Fiches produits

- Stratégie acquisition de prospect

- Stratégie emailing

- Paramétrage des stocks

- Applications tierces et utilités

- Les aspects légaux

- Copywriting

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Circuits et formes de distribution 2

Cours MIS à JOUR
Mise en situation réelle

Méthodologie Pratique

Mécanisme de répétition
Travaux pratiques

Acquis d'apprentissage sanctionnés, spécifiques et contribuant à l'UE

Circuits et formes de distribution 2

Être capable de situer l'e-commerce dans son contexte Comprendre la nécessité et les enjeux lié à la réalisation d'un cahier des charges Faire un audit d'un e-commerce Création et publication de contenus optimisés SEO

Description des supports de cours indispensables

Aucun support indispensable renseigné.

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Circuits et formes de distribution 2 : Support de l'enseignant sur le campus numérique	—	—

Mode d'évaluation et de pondération par activité au sein de l'UE

Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuve intégrée.

Janvier			
Ensemble de l'UE			
Travaux durant la session	20 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : Livre fermé
Examen oral	80 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : Livre fermé
Je vais poser des questions ciblées sur le contenu que nous avons couvert, ainsi qu'une présentation de l'e-commerce qu'ils auront préparée avant l'oral			

Août			
Ensemble de l'UE			
Travaux durant la session	20 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : Livre fermé
Examen oral	80 %	Type de questions : Le travail remis sera suivi d'une défense orale	Examen à livre : Livre fermé
Je vais poser des questions ciblées sur le contenu que nous avons couvert, ainsi qu'une présentation de l'e-commerce qu'ils auront préparée avant l'oral			