

Digitalisation et e-Business 1

Domaine	Economie et Services
Filière	Economie d'entreprise
Orientation	Economie d'entreprise (EE)
Mode de formation	Temps partiel/En emploi

Informations générales

Nom	: Digitalisation et e-Business 1
Identifiant	: HEG-OPDB1
Année académique	: 2025-2026
Responsable	: Benjamin Chevallier
Charge de travail	: 270 heures d'études
Périodes encadrées	: 120 (= 90 heures)

Semestre	E1	S1	S2	E2	S3	S4	E3	S5	S6	E4	S7	S8
Cours											120	

Connaissances préalables recommandées

Connaissances acquises dans le tronc commun du cursus en économie d'entreprise.

Objectifs

L'option principale Digitalisation et e-business s'adresse à de futurs professionnels en gestion d'entreprise n'ayant pas de formation spécifique en génie logiciel ou télécom, mais confrontés à des environnements technologiques dynamiques qui leur demanderont des compétences d'adaptation. Par l'acquisition d'un bagage généraliste qui mobilisera des disciplines variées (économie, maths appliquées, gestion, télécom, etc.), on entend asseoir les bases d'une culture digitale pérenne. On veut notamment permettre aux étudiants de démystifier les technologies du numérique, pour exercer leurs capacités stratégiques en plein. Autrement dit, il s'agit de savoir mener ou participer à un projet de digitalisation sans être un spécialiste IT ou logiciel.

L'objectif du premier semestre est de se familiariser avec toutes les dimensions de la digitalisation d'une entreprise, notamment la culture technique, le marketing digital, les modèles économiques de plateforme, et la gestion de projet. L'approche sera très orientée sur la pratique des outils actuels et donnera lieu à un passage de certification Google Analytics. A l'issue de ce semestre les étudiants seront capables de :

- Situer un projet de digitalisation parmi l'offre technologique disponible
- Comprendre le fonctionnement d'une page Web et de l'éditer sous WordPress
- Expliquer les implications et les attendus d'un choix technologique pour l'entreprise
- Identifier les rôles, les métiers et ressources nécessaires à un projet de digitalisation
- Qualifier les premières mesures d'audience via Google Analytics en vue d'une stratégie de marketing digital
- Comprendre un marché organisé par une plateforme et la stratégie des différentes parties prenantes
- Définir une stratégie de prix sur une plateforme
- Etablir le processus et la valeur de l'expérience client dans un environnement digital

Contenu et formes d'enseignement

Répartition des périodes indiquée à titre informatif.

Cours: 120 périodes

- Partie 1 : Introduction, culture technique et édition de page Web	16
- Partie 2 : Projets de groupe	14
- Partie 3 : Business Plan et Business Models Canvas adaptés au digital	16
- Partie 4 : Gestion de projet et Customer Experience (CX)	18
- Partie 5 : Marketing quantitatif (segmentation clientèle et zone de chalandise)	8
- Partie 6 : Plateformes	8
- Partie 7 : Certification Google Analytics	24
- Partie 8 : Data Visualization	8
- Evaluations	8

Bibliographie

Aucune information

Contrôle de connaissances

Cours :

- **Un examen écrit de 2 heures** (au maximum) portant sur la matière traitée durant le semestre 1. L'examen compte pour **85% de la note** du semestre.
- **Les résultats obtenus à la certification Google Analytics 4** comptent pour **15% de la note** du semestre. La correspondance entre les résultats de la certification et le barème des notes vous sera présenté par l'enseignant concerné lors du semestre.

Remédiation :

- Un examen (écrit ou oral selon les circonstances) par semestre remédié

Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 1

Digitalisation et e-Business 2

Domaine	Economie et Services
Filière	Economie d'entreprise
Orientation	Economie d'entreprise (EE)
Mode de formation	Temps partiel/En emploi

Informations générales

Nom	: Digitalisation et e-Business 2
Identifiant	: HEG-OPDB2
Année académique	: 2025-2026
Responsable	: Benjamin Chevallier
Charge de travail	: 270 heures d'études
Périodes encadrées	: 120 (= 90 heures)

Semestre	E1	S1	S2	E2	S3	S4	E3	S5	S6	E4	S7	S8
Cours												120

Connaissances préalables recommandées

Connaissances acquises dans le tronc commun du cursus en économie d'entreprise.

Objectifs

L'option principale Digitalisation et e-business s'adresse à de futurs professionnels en gestion d'entreprise n'ayant pas de formation spécifique en génie logiciel ou télécom, mais confrontés à des environnements technologiques dynamiques qui leur demanderont des compétences d'adaptation. Par l'acquisition d'un bagage généraliste qui mobilisera des disciplines variées (économie, maths appliquées, gestion, télécom, etc.), on entend asseoir les bases d'une culture digitale pérenne. On veut notamment permettre aux étudiants de démystifier les technologies du numérique, pour exercer leurs capacités stratégiques en plein. Autrement dit, il s'agit de savoir mener ou participer à un projet de digitalisation sans être un spécialiste IT ou logiciel.

Le semestre 2 sera consacré à des **approfondissements dans la pratique des outils et méthodes du marketing et de la gestion de projet**. On étudiera en particulier les évolutions du marché publicitaires et les stratégies marketing pour s'y adapter. On explorera également les outils de marketing quantitatif qu'offre le numérique. Enfin, toujours dans le but d'acquérir des compétences opérationnelles, le volet de gestion de projet vous préparera au développement d'une application mobile depuis son maquetage jusqu'à son développement fonctionnel sur des plateformes no-code ou low-code.

Contenu et formes d'enseignement

Répartition des périodes indiquée à titre informatif.

Cours: 120 périodes

- Partie 9 : Economie de l'attention, marché publicitaire et stratégie marketing	24
- Partie 10 : approfondissement de la connaissance des outils du Marketing Digital	24
- Crunch	8
- Jour Férié (Vendredi Saint)	8
- Partie 11 : Gestion de projet Scrum et préparation à la certification	16
- Partie 12 : Marketing Quantitatif et analyse des préférences des consommateurs	20

- Partie 13 : Prospectives et ruptures technologiques
- Evaluations

12
8

Bibliographie

Aucune information

Contrôle de connaissances

Cours :

- contrôle continu sur la base des travaux de groupes. Les évaluations porteront sur des exercices variés tels que maquettes fonctionnelles, présentations de groupe, études de cas. Ces exemples sont donnés à titre indicatifs, l'équipe se réservant la possibilité de définir d'autres exercices de groupes.
- Une présentation finale des travaux de groupe sera demandée à l'issue du semestre.

Remédiation :

- 1 examen (écrit ou un oral selon les circonstances) par semestre remédié.

Utilisation de l'IA :

Si l'étudiant·e utilise une Intelligence artificielle (IA) générative dans le cadre d'une évaluation continue l'étudiant·e doit citer l'outil en indiquant le nom de l'IA utilisée et la date à laquelle le contenu a été généré.

Dans le cas où l'IA a été utilisée non pas uniquement à des fins de relecture et correction, mais également pour générer du contenu, l'étudiant·e doit également inclure en annexe de son travail une copie des questions posées à l'IA (prompts), et du contenu généré par l'IA, dans un format non éditable (tel qu'une capture d'écran) et fournir une brève explication de la façon dont il a été utilisé.

L'utilisation d'une IA générative sans la référencer peut être assimilée à du plagiat et sanctionnée comme telle.

Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 1