



# Syllabus

/ [sil(l)abys]

| **Master 2** |

## Mention

### Management de l'Innovation

<b>Responsables pédagogiques :</b>	<b>Secrétariat pédagogique :</b>
Véronique BESSIERE Maria ANGEL-FERRERO	Pascale LENOIR
<a href="mailto:veronique.bessiere@umontpellier.fr">veronique.bessiere@umontpellier.fr</a> <a href="mailto:maria-claudia.angel-ferrero@umontpellier.fr">maria-claudia.angel-ferrero@umontpellier.fr</a>	<a href="mailto:Pascale.lenoir@umontpellier.fr">Pascale.lenoir@umontpellier.fr</a>

## Parcours

### E-Marketing

<b>Responsable pédagogique :</b>	<b>Secrétariat pédagogique :</b>
Anne Sophie Cases	Pascale LENOIR
<a href="mailto:anne-sophie.cases@umontpellier.fr">anne-sophie.cases@umontpellier.fr</a>	<a href="mailto:Pascale.lenoir@umontpellier.fr">Pascale.lenoir@umontpellier.fr</a>



Ce syllabus contient des informations générales suivies du descriptif de la Mention Management de l'Innovation et des cours du parcours Management de la transformation Digitale (MTD).

## Informations générales

Liens UM : <https://www.umontpellier.fr/>

### Service scolarité :

Le service de scolarité de l'institut d'Administration des Entreprises (IAE) est ouvert tous les jours aux heures d'ouverture du bureau afin de répondre à vos questions concernant votre inscription administrative ou pédagogique, délivrer le scolpass ; certificat de scolarité.

Il vous accompagne dans vos demandes de transfert de dossiers, de remboursement des droits d'inscription (en cas d'annulation ou d'exonération).

Vous trouverez sur le lien toutes les procédures relatives à vos démarches ; accès ENT, Modalités de contrôles de connaissances, la charte des examens, procédure de redoublement, retrait de diplôme ou de duplicata.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/scolarite/>

Contact : [iae-scolarite@umontpellier.fr](mailto:iae-scolarite@umontpellier.fr)

### Service relations entreprises :

Lien privilégié entre les entreprises et les étudiants de l'IAE, le service des Relations Entreprises se tient à votre disposition pour répondre à vos besoins en termes de recrutement (alternance, stage, mission, emploi), d'échanges (organisation du stage-dating, conférences, concours de vente, gala...) et de partenariats.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/stages-iae>

Contact : [iae-entreprises@umontpellier.fr](mailto:iae-entreprises@umontpellier.fr)

### Service formation continue :

La Formation Continue s'adresse au public non étudiant : aux salariés du secteur public ou du secteur privé (CDD, CDI, Intérimaires...), aux professions libérales, aux chefs d'entreprise ainsi qu'aux personnes en recherche d'emploi souhaitant reprendre leurs études.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/formation-continue>

Contact : [iae-formationcontinue@umontpellier.fr](mailto:iae-formationcontinue@umontpellier.fr)



## Service relations internationales :

Le service des relations internationales a pour mission de vous accompagner dans vos démarches liées à la mobilité internationale. Il vous conseille sur les destinations et type d'universités partenaires. Il assure le suivi de votre candidature et le choix des cours dans l'établissement d'accueil, et centralise également les informations sur les bourses de mobilité et les modalités de demande. Pour certains parcours la mobilité est obligatoire. Hors ces parcours obligatoires vous pouvez consulter la procédure de mobilité ou allez-vous renseigner directement auprès des collègues du service des relations internationales en vous connectant sur le lien.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/institut/les-ri-a-l-iae>

Contact : [iae-ri@umontpellier.fr](mailto:iae-ri@umontpellier.fr)

## L'espace numérique de travail (ENT) :

Un espace numérique de travail (ENT) désigne un ensemble intégré de services numériques choisis et mis à votre disposition pour les étudiants.

Les modalités d'accès à votre ENT sont disponibles via le lien suivant :

[https://infoservices.umontpellier.fr/CUMDocENT/index\\_etu\\_activer\\_cpt.html](https://infoservices.umontpellier.fr/CUMDocENT/index_etu_activer_cpt.html)

**Moodle** : dépôts de mémoire / suivi de cours

**Planning** : consultation de l'emploi du temps selon le parcours

**Anti-plagiat** : vérification plagiat avant dépôt de document

**Ma scolarité** : relevés de notes.

## Module réclamations :

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/formulaire-reclamation>

## L'alternance et la formation continue :

Les différents CFA présents à l'IAE :

CFA LR : <https://www.ensuplr.fr/>

CFA Formaposte : <http://www.formaposte-mediterranee.fr/>

CFA Difcam : <https://www.difcam.com/>

Pour toutes questions relatives au contrat d'apprentissage, merci de contacter le service

Relations Entreprises : [iae-entreprises@umontpellier.fr](mailto:iae-entreprises@umontpellier.fr)

Pour toutes questions relatives au contrat de professionnalisation ou à la formation continue merci de contacter le service

Formation continue : [iae-formationcontinue@umontpellier.fr](mailto:iae-formationcontinue@umontpellier.fr)

Pour plus d'informations sur la vie de l'établissement, rendez-vous sur le :

[Livret d'Accueil et Règlement de L'étudiant à l'IAE](#)



## La Mention Management de l'Innovation

La **Mention Management de l'Innovation** se décline en 4 parcours :

- Création d'Entreprises Innovantes,
- e-Marketing,
- Management de Projets Innovants,
- Management de la Transformation Digitale.

L'innovation pour ces quatre parcours est entendue au sens large : innovation technologique, innovation numérique, de business model, de design, de marketing... Ce focus sur l'innovation est le fil rouge de tous les enseignements et activités des 4 parcours et permet le maillage technologie – digital – création d'entreprise – stratégie (business model).

Ce positionnement original permet une *approche transversale* de toutes les matières, à travers le projet innovant porté par chaque étudiant (ou groupe d'étudiants selon les cas).

Il permet de mettre l'accent sur les *compétences*, tout particulièrement les compétences transversales et les soft skills, qui sont depuis son origine en 2001 avec le parcours CEI, le fondement de la pédagogie du Master.

Les cours et activités privilégient la pédagogie active et expérientielle. Les synergies entre les parcours de la mention sont très fortes et permettent une large mutualisation des cours et un rapprochement entre les étudiants des parcours. En particulier, le programme Disrupt Campus Montpellier est intégré aux 4 parcours de la Mention, sur les deux années de Master. Il s'agit d'un dispositif innovant d'accompagnement de la transformation digitale des entreprises et organisations :

<https://digitalstartupchallenge.umontpellier.fr>

Ces différents parcours donnent également un accès au Doctorat à travers la possibilité de double diplôme avec le Master REM Recherche et Etudes en Management

Cette mention est accompagnée dans sa dynamique pédagogique par une association d'étudiants : IAE Start-up Lab qui organise un ensemble de manifestations dédiées à l'innovation et à la création d'entreprise (Start-up Week End, Créa'thlon, Afterworks...)

<http://iaestartuplab.com>



Maquette du Master 2 Management de l'Innovation						
	UE	Parcours CEI	Parcours MPI	Parcours E-Mark	Parcours MTD	ECTS
S3						
	Pilotage de la transformation digitale		X	X	X	5
	Droit	X	X	X	X	5
	Challenge Digital DSC	X	X	X	X	5
	Business Model	X	X		X	5
	Marketing Innovation	X	X		X	5
	Management de projet Innovant	X	X		X	5
	Accompagnement entrepreneurial	X				5
	Performance des canaux digitaux			X		5
	Medias digitaux et distribution			X		5
	Management de la relation client à l'ère digitale			X		5
S4						
	Financement de l'Innovation	X	X		X	5
	Lean Data Analytics				X	5
	Conception et Organisation de l'Innovation		X			5
	Design et Prototypage	X		X		5
	Projet entrepreneurial	X				5
	Projet Innovation		X			5
	Projet Transformation Digitale				X	5
	Projet E-marketing			X		5
	Digital Paris Summit			X		5
	Expérience en Entreprise/ Mémoire de Master	X	X	X	X	15



**Intitulé du cours/ Course Title :** Pilotage de la Transformation Digitale

**Volume Horaire / Number of Hours:** 36h

**Enseignant.e / Lecturer :** Josip Marić, PhD (27h)

**Objectifs du Cours/ Course Objectives :**

Ce cours couvre les principales tendances liées à la transformation numérique et aux technologies clés regroupées sous le terme générique d'Industrie 4.0 (I4.0). Un accent particulier est mis sur la compréhension des défis technologiques et managériaux liés à ces technologies émergentes, ainsi que sur les pressions transformationnelles imposées aux organisations et aux entreprises.

**Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills**

**Soft Skills :**

- Être capable de discuter des caractéristiques clés de la transformation numérique

**Hard Skills :**

- Comprendre la transformation numérique au niveau organisationnel et managérial
- Adapter les outils de gestion de projet au contexte de la transformation numérique

**Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:** Professeur associé

**Modalités de Contrôle de Connaissances/ Assessment Methods :** Projet final (rapport et présentation/oral).



**Intitulé du cours/ Course Title :** Pilotage de la transformation Digitale

**Volume Horaire / Number of Hours:** 36h

**Enseignant.e / Lecturer :** Antoine Chollet (9h)

**Objectifs du Cours/ Course Objectives :**

Le pilotage de la transformation digitale est abordé sous trois thématiques qui en sont les objectifs du cours :

- Définir la culture d'entreprise et l'alignement organisationnel ;
- Comprendre les enjeux de l'ubérisation de l'économie numérique ;
- Corréler l'alignement stratégique avec le système d'information.

**Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills**

**Soft Skills :**

- Analyse
- Créativité
- Réflexion
- Prise de recul
- Pensée critique

**Hard Skills :**

Aucune hard skill n'est acquise dans ce cours.

**Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:**

Maître de Conférences en Sciences de Gestion.

**Modalités de Contrôle de Connaissances/ Assessment Methods :**

Contrôle continu, un rendu par étudiant sur une solution qui pourrait amener un changement via les technologies, dans l'entreprise où l'étudiant(e) effectue son alternance, ou dans une entreprise choisie par l'étudiant(e) dans le cas d'absence d'alternance.

**Note:**

Aucune note complémentaire



**Intitulé du cours / Course Title : DROIT**

**Volume Horaire / Number of Hours: 50h**

**Enseignant.e / Lecturer : Ophélie Laboury (03h)**

**Objectifs du Cours / Course Objectives :**

Appréhender les bases du système de la fiscalité de l'innovation.

Crédit impôt Recherche, Crédit impôt innovation, Crédit impôts collaboration, Jeune entreprise Innovante : Découverte des conditions d'éligibilité, de chiffrage, de sécurisation et d'activation de ces dispositifs

**Compétences Mobilisées et Développés / Developed Skills**

**Soft Skills :**

Créativité, rigueur, capacité à explorer, capacité à analyser et synthétiser l'information

**Hard Skills :**

Ingénierie financière, comptabilité générale, scientifique

**Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:**

**OPHÉLIE LABOURY**



**FONCTION** PRÉSIDENTE  
DIRECTRICE DE MISSION  
RESPONSABLE BU SMI

**EXPÉRIENCE** 16 ANNÉES

**COORDONNÉES** ophelie@myriagone-  
conseil.fr  
06.95.38.07.04

“  
L'engagement de la proximité et  
une créativité bouillonnante



**FORMATIONS**

- Master Création, management de projets & d'entreprises innovantes - IAE de Montpellier
- Master en Biotechnologies - IMT Alès
- DU CESAM - Statistiques appliquées à la biologie - Université Pierre et Marie Curie

**CERTIFICATIONS**

- Développement de la créativité dans les entreprises & collectivités - CNAM
- Participation à CreaConférence 2018 et 2022
- Pratique du droit à titre accessoire
- Propriété Industrielle, brevets niveau I & II

**DOMAINES D'EXPERTISE**

- Agro-alimentaire
- Cosmétiques
- Environnement
- Santé
- Biotechnologies
- Chimie et Matériaux
- Industrie

**MISSIONS DE CONSEIL**

- 230 missions CIR / CII / JEI
- 18 interventions dans des contentieux
- > 200 heures de co-construction / an
- 10 CODIR accompagnés
- 27 missions en stratégie et SMI
- 55 formations animées

**RÉFÉRENCES OPÉRATIONNELLES**

- 80 familles de brevets gérées
- 3 négociations d'accord de licensing
- 2 années d'expérience comme chef de projet R&D
- Norme ISO 56000:Series participation à la rédaction

**RÉFÉRENCES CLIENTS**



**ENGAGEMENTS**

- Vice-Présidente MEDEF - Hérault en charge des propositions et animatrice de la commission LAB 2030
- Bureau Réseau Entreprendre Occitanie Méditerranée
- CN Innov - AFNOR depuis 2012
- Chaire Légitimité Entrepreneuriale

Titre / Title : <b>Droit</b>	Volume horaire/nb of Hours : 14h
<b>Enseignant /lecturer:</b>  <b>Julien Le Clainche</b> - 1er Avocat Privacy IP/IT - docteur en droit - Mention spéciale prix CNIL 2009 - Enseignant - Formateur déclaré	
<b>Bloc de compétences :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Comprendre, appliquer et respecter les directives juridiques et organisationnelles</b></li></ul>	
<b>Objectifs du cours/Learning objectives :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Gérer et améliorer la mise en conformité RGPD de son SIRH ;</li><li>- Maitriser les bases du droit des données personnelles ;</li><li>- Être capable d'identifier les risques juridiques avant qu'ils surviennent ;</li><li>- Gérer les risques juridiques une fois qu'ils sont avérés ;</li><li>- Maitriser le référentiel RH proposé par la CNIL ;</li><li>- Maitriser les principes de l'utilisation des informations relatives aux employés : contrôle de l'activité, surveillance, la charte informatique</li></ul>	
<b>Plan du cours/ Contents :</b> Julien Le Clainche (6h) : Droit des données personnelles <ul style="list-style-type: none"><li>- Introduction au droit des DCP ;</li><li>- Économie de la loi 78-17 du 6 janvier 1978 et du RGPD</li><li>- La création des traitements ;</li><li>- La mise en œuvre des traitements ;</li><li>- Le référentiel RH de la CNIL ;</li><li>- L'utilisation des informations relatives aux employés ;</li><li>- Les principes de la surveillance des employés ;</li><li>- Le contrôle de l'activité des employés</li><li>- La charte informatique</li></ul>	
<b>Contrôle des connaissances :</b> examen écrit - cas pratiques - 1h00	
<b>Bibliographie :</b> Lamy droit du numérique, 2022 ; J. Le Clainche, Données personnelles, vie privée et non-discrimination : des protections complémentaires, une convergence nécessaire, RLDI 2013/90 , n° 3009, p. 80 J. Le Clainche, Expression des salariés sur internet, attentions aux « faux amis », RLDI, 2012/79 J. Le Clainche, Extension mesurée des dispositifs « d'alerte professionnelle » aux cas de discrimination, RLDI 2011/73, n° 2438, p. 81. J. Le Clainche, Licenciement pour des propos tenus sur « Facebook ou les dangers de la porosité des sphères publique et privée, RLDI 2011/67, p. 51	



**Intitulé du cours/ Course Title :** Droit

**Volume Horaire / Number of Hours:** 50h

**Enseignant.e / Lecturer :** Eric Donnadiou (33h)

**Objectifs du Cours/ Course Objectives :**

Comprendre les dimensions juridiques et statutaires de la Start'up

Quel statut juridique pour mon entreprise

Rôle des associés

Points de vigilance juridique à anticiper en amont de l'activité

Les 10 points de vigilance à ne jamais oublier durant la vie de l'entreprise

Les financements de l'entreprise

Le développement de l'entreprise

**Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills**

**Soft Skills**

**Hard Skills**

**Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:**

Eric Donnadiou est avocat et exerce à Perpignan



**Intitulé du cours/ Course Title :** Digital Student Challenge

**Volume Horaire/Number of Hours:** 36h

**Enseignant.e/ Lecturer :** Maria ANGEL FERRERO, Véronique BESSIERE, Anne Sophie CASES, Bastien CLERGUE

**Objectifs du Cours / Course Objectives :**

La plateforme Digital Student Challenge, créée par l'équipe pédagogique du Master dans le cadre d'un projet Disrupt Campus soutenu par Bpifrance, propose un dispositif pédagogique collaboratif conçu pour apporter une expérience digitale à des équipes d'étudiants et accompagner les entreprises/organisations confrontées à des problématiques de transformation digitale.

Au cours d'une période de travail d'immersion les étudiants participent à un vrai challenge d'innovation. A travers la plateforme et l'outil pédagogique « Digital Student Challenge », les étudiants travaillent sur un défi d'innovation déposé par une entreprise. Les étudiants rencontrent les représentants de l'entreprise au début de challenge, celle-ci présente l'entreprise, le contexte, et les missions sur lesquelles les étudiants devront travailler.

Les étudiants travaillent en équipe pour répondre au challenge, ils sont accompagnés par l'équipe pédagogique tout au long et bénéficient d'un coaching ponctuel sur divers aspects (marketing, veille, business plan, digitalisation, etc). En plus à travers la plateforme ils ont accès à de nombreuses ressources pédagogiques complémentaires sur des sujets qui relèvent du périmètre du challenge.

**Compétences Mobilisées et Développés / Developed Skills**

**Soft Skills**

Résolution de problème et prise de décision

Pensée Analytique et critique

Travail en équipe

Gestion du temps

Communication

**Hard Skills**

Analyser et Interpréter des informations

Recherche d'information et veille économique



Mettre en application les concepts et connaissances acquises dans le cursus (business plan, e-marketing, levée de fonds, digitalisation, étude de marché, etc...)

Réaliser des présentations orales synthétiques

### **Profil de l'Enseignant / Lecturer Profile:**

**Véronique Bessière** est professeur à l'IAE Montpellier, co-responsable de la mention de Master *Management de l'Innovation* et responsable des parcours *Création d'Entreprises Innovantes et Management de Projets Innovants*. Elle est l'auteur de plusieurs articles sur le financement et la gouvernance de l'entreprise innovante, co-auteur des ouvrages « Le crowdfunding », « Le financement de l'innovation » et « Analyse de l'information financière », ainsi que des MOOCs « Création d'entreprises Innovantes : de l'Idée au Projet » et « Financement de l'Innovation ». Elle est également co-éditrice de la revue *Finance, Contrôle, Stratégie*.

**Maria Angel Ferrero** est Maître de Conférence à l'IAE Montpellier, co-responsable de la mention de *Master Management de l'Innovation* et responsable du parcours *Management de la Transformation Digitale*. Elle a acquis plus de 10 ans d'expérience dans différents pays et contextes multi-culturels. Son enseignement et ses travaux de recherche portent sur le management de l'innovation, la pensée créative et l'entrepreneuriat. Elle est très investie dans l'innovation pédagogique et les méthodes d'apprentissage actif.

### **Anne Sophie Cases**

Anne-Sophie CASES est Professeur des Universités à l'Université de Montpellier en marketing digital. Elle est responsable du parcours Master e-marketing depuis 2004. Elle s'intéresse particulièrement à l'impact des technologies sur la relation client, le bien-être de l'utilisateur dans les environnements connectés. Elle a publié dans plusieurs revues académiques comme *Journal of Business Research*, *Social Science and Medicine*, *Journal of Service Management*, and *Recherche et Applications en Marketing* (Contact : [anne-sophie.cases@umontpellier.fr](mailto:anne-sophie.cases@umontpellier.fr) ; Twitter : @M2emarketing).

**Bastien CLERGUE** est Enseignant-Chercheur en Sciences de Gestion à l'IAE de Montpellier. Ses travaux portent sur le financement et la gouvernance des firmes entrepreneuriales en phase d'amorçage. Il est particulièrement impliqué dans l'accompagnement de projets entrepreneuriaux et dans le développement d'initiatives pédagogiques innovantes.



**Intitulé du cours/ Course Title :** Performance des canaux digitaux

**Volume Horaire / Number of Hours:** 36H

**Enseignant.e / Lecturer :** Maria Mercanti-Guérin (06H)

**Objectifs du Cours/ Course Objectives :**

L'objectif de ce cours est de :

- Comprendre les mécanismes de fonctionnement de la blockchain et des cryptomonnaies.
- Aborder le fonctionnement des DAO (decentralized autonomous organizations), DeFI (finance décentralisée) et des tokens
- Pouvoir faire le lien entre le développement des cryptomonnaies, token et DAO et celui des NFT, metaverses et Web 3

**Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills**

**Soft Skills**

Curiosité  
Ecoute active

**Hard Skills**

Maîtrise des fondamentaux de la Blockchain  
Compréhension du fonctionnement du minage et des smart contracts

**Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile: Maître de conférences HDR**

Maria Mercanti-Guérin est spécialisée en marketing digital. Elle est titulaire d'une habilitation à diriger des recherches (HDR) et docteur en sciences de gestion. Elle est diplômée de Neoma Business School et de l'Université Paris-Dauphine. Elle est l'auteur de cas pédagogiques et de nombreux articles dans des revues telles que Recherche et Applications en Marketing, Revue des Sciences de gestion ou la revue Management et Avenir. Elle travaille plus spécifiquement sur les réseaux sociaux, le consommateur créatif et le numérique. Co-auteur de l'adaptation française de l'ouvrage Marketing Digital aux Editions Pearson (version française), elle enseigne la publicité digitale, les réseaux sociaux, l'e-commerce.



**Intitulé du cours/ Course Title :** Performance des canaux digitaux

**Volume Horaire / Number of Hours:** 36H

**Enseignant.e / Lecturer :** Aldo MALDERA (09h)

**Objectifs du Cours/ Course Objectives :** Savoir optimiser en profondeur le contenu éditorial d'un site web

**Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills :** recherche de mots clés, stratégie éditoriale, rédaction web, stratégie de maillage interne

**Soft Skills :** compréhension du besoin client, travail en équipe, savoir argumenter et défendre son travail

**Hard Skills :** trouver de bons mots clés, suite Google, SEMrush, compétences rédactionnelles

**Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:**

Aldo MALDERA est consultant en SEO et performance digitale dans une société du numérique. Œuvrant dans le milieu du Web depuis 10 ans, il accompagne les entreprises (E-commerce, start-ups ou grands groupes) à la recherche de visibilité et de rentabilité sur Internet.



**Intitulé du cours/ Course Title :** Performance des canaux digitaux

**Volume Horaire / Number of Hours:** 36h

**Enseignant.e / Lecturer :** Mathilde Villeméjeanne - Eugénie Mestre (06h)

**Objectifs du Cours/ Course Objectives :**

- Comprendre et assimiler l'importance des réseaux sociaux (principalement Tik Tok et Instagram) dans la mise en place d'une stratégie digitale
- Apprendre à définir une ligne éditoriale et un planning éditorial : contenus à privilégier, tendances, bonnes pratiques
- Focus sur l'importance du contenu vidéo
- Introduction aux contenus sponsorisés sur les réseaux sociaux
- Analyse de cas concrets : analyse de campagnes et cases studies
- Accompagnement des étudiants sur la stratégie éditoriale / plan de communication avec comme point majeur le digital, dans le projet annuel fil rouge

**Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills**

**Soft Skills**

Créativité  
Agilité organisationnelle  
Respect des process  
Curiosité  
Adaptabilité

**Hard Skills**

Compétences rédactionnelles  
Compétences d'analyse (analyse de données / analyse du marché / du budget)  
Connaissance et appétence pour la vidéo et la photographie  
Identification des KPIS, analyse des performances  
Compétences techniques : mise en place et maîtrise des outils digitaux

**Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:**

Mathilde Villeméjeanne, ancienne étudiante de master Management de projets web - E-marketing, promotion diplôme 2019, occupant actuellement le poste de Responsable Marketing - Chargée de développement au sein de Cracotte Shop, site e-commerce spécialisé dans la vente de produits zéro déchets et produits pour la maison, ainsi que Take Kare, site spécialisé dans la vente de programmes digitaux et objets physiques dérivés sur le développement personnel et le bien-être.



En complément de cette profession, photographe freelance et consultante en création de contenus.

Accompagnée d'Eugénie Mestre, responsable médias sociaux et relation client chez Cracotte Shop. En complément de cette profession, community manager freelance.



**Intitulé du cours / Course Title :** Performance des canaux digitaux

**Volume Horaire / Number of Hours :** 36H

**Enseignant.e / Lecturer :** Emmanuelle Gaud (12h)

**Objectifs du Cours / Course Objectives :**

Assurer la bonne compréhension de l'analyse des données, connaître les principaux KPIs, savoir les optimiser, savoir détecter sur quelles sources de trafic un gain de performances existe

**Compétences Mobilisées et Développés / Developed Skills :**

**Soft Skills**

Agilité organisationnelle  
Agilité d'analyse  
Agilité de prise de décision

**Hard Skills**

Google Ads  
Google Analytics

**Profil de l'Enseignant / Lecturer Profile:**

Gaud Emmanuelle est chargée de comptes SEA et responsable formation chez JVWEB depuis bientôt 8 ans et animé régulièrement des formations sur le sujet du SEA et de la webanalyse



**Intitulé du cours / Course Title :** Médias digitaux et distribution

**Volume Horaire / Number of Hours :** 36H

**Enseignant.e / Lecturer :** BEZES Christophe (15H)

**Objectifs du Cours / Course Objectives :**

Dépasser le stade des généralités sur les comportements des consommateurs dans un environnement omnicanal

**Compétences Mobilisées et Développés / Developed Skills :**

**Soft Skills**

Capacité d'analyse et de préconisations argumentées  
Savoir travailler en groupe sur un dossier très cadré

**Hard Skills**

Savoir auditer le e-merchandising d'un site marchand et dans une logique omnicanal, faire des préconisations en lien avec le réseau physique

**Profil de l'Enseignant / Lecturer Profile:**

Christophe BEZES est enseignant-chercheur en marketing, habilité à diriger des recherches. Consultant pendant 20 ans sur des thématiques touchant déjà à la distribution multicanal, il a soutenu en 2010 sa thèse de doctorat sur la congruence perçue des canaux de distribution, menée sur 1500 clients de la Fnac.

Ses publications en marketing dans des revues internationales de premier plan (Journal of Business Research, Recherche et Applications en Marketing, International Journal of Retail & Distribution Management,...) portent sur l'omnicanal et le comportement du consommateur face à des extensions de circuits de distribution ou de marques.



**Intitulé du cours/ Course Title :** Médias digitaux & Distribution

**Volume Horaire / Number of Hours:** 36H

**Enseignant.e / Lecturer :** Anne-Sophie Cases 15h (6h + 9h)

**Objectifs du Cours/ Course Objectives :** Ce cours a pour objectif d'aborder la publicité digitale et ses évolutions (Modèles économiques, modèles d'efficacité, attribution). Ce module de cours est dans un premier temps une revue de la littérature sur le sujet puis un cours en méthodologie en vue de la préparation du mémoire de fin d'études. IL est complété par un autre cours sur le Cross canal et omnicanal dispensé par un autre intervenant.

**Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills**

Publicité en ligne

Intrusion et publicité, réactance et Valeur de la publicité

Efficacité de la publicité

Modèles d'attribution

Support de la publicité (emailing, RSN, display, SEA)

**Soft Skills**

Communication écrite

Curiosité

Flexibilité et adaptabilité

Gestion du temps

**Hard Skills**

Connaissance du secteur et des recherches menées sur le sujet de la publicité digitale

Mener une réflexion théorique

Savoir rechercher un article académique en lien avec son sujet

Faire une synthèse écrite argumentée

**Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:**

Anne-Sophie CASES est Professeur des Universités à l'Université de Montpellier. Elle est responsable du Master eMarketing depuis 2004 à l'IAE de Montpellier. Elle coordonne le programme de recherche HUT (anciennement Human at Home Project puis aujourd'hui Habitat Urbain en Transition) depuis octobre 2020. Elle est un des membres fondateurs de la chaire e-Santé de l'Université de Montpellier et fait partie du CER (comité d'éthique de recherche) de son Université. Elle s'intéresse particulièrement à l'impact des technologies sur la relation client, le bien-être de l'utilisateur dans les environnements connectés mais aussi les questions relatives à l'intrusion dans la vie privée. Elle a publié dans plusieurs revues académiques comme Journal of Business Research, Social Science and Medicine, Journal of Service Management, and Recherche et Applications en Marketing. Elle est membre de l'Association Française du Marketing.

(contact : anne-sophie.cases@umontpellier.fr ; Compte Twitter : @M2emarketing)



**Intitulé du cours/ Course Title :** Management de la relation à l'ère digitale

**Volume Horaire / Number of Hours:** 36H

**Enseignant.e / Lecturer :** Audrey Portes (18h)

**Objectifs du Cours/ Course Objectives :**

- Définir les concepts clés théoriques du management de la relation client (confiance, engagement, expérience, qualité, etc.)
- Comprendre comment les clients interagissent avec les marques en ligne et comment ces interactions influencent la relation client.
- Développer des stratégies de fidélisation des clients adaptées au contexte numérique.
- Explorer les tendances émergentes dans la gestion de la relation client numérique.
- Analyser comment les nouvelles technologies et les changements de comportement des consommateurs influencent la relation client.

**Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills**

**Soft Skills**

- Esprit d'équipe (travail sur un projet)
- Résolution de problème (gestion d'une problématique)
- Capacité de s'adapter et avoir une approche orientation client
- Esprit critique (être capable de critiquer et suggérer des solutions/ idées nouvelles)

**Hard Skills**

- Savoir utiliser les concepts clés de la relation client à bon escient
- Comprendre l'utilité et les interactions entre les différents concepts de la relation client
- Développer des stratégies de relation client / solutions de relation client en fonction d'une problématique

**Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:**

Dr. Audrey Portes est Assistant Professeur en marketing à Montpellier Business School depuis septembre 2021. Auparavant, elle a été Maître de Conférences à l'Université d'Aix-Marseille pendant 2 ans. Elle est titulaire d'un doctorat en marketing de l'Université de Montpellier (2018) et d'un master en digital marketing.

Ses domaines de recherche comprennent l'éthique dans un environnement numérique, la préoccupation pour la vie privée, la transparence, les aspects négatifs des médias sociaux, l'acceptation et l'utilisation des objets connectés, l'influence des algorithmes, etc. Ses



travaux sont publiés dans des revues à comité de lecture, telles que Recherche et Applications en Marketing ou Management & Avenir. Elle est membre du consortium HUMAN at home project (HUT), où elle collabore avec des entreprises, des chercheurs multidisciplinaires et la Métropole de Montpellier sur le développement de la « smart home ».

Elle a travaillé pendant 8 ans en tant que consultante et a développé des stratégies de marketing numérique (SEO, SEM, SMO, blogging, communication d'événements en ligne, etc.) pour différents types d'entreprises. Elle a également été ingénieure pédagogique pour une plateforme collaborative à destination des étudiants (Digital Student Challenge) pendant un an.



**Intitulé du cours/ Course Title :** Management de la relation client à l'ère digitale

**Volume Horaire / Number of Hours:** 36H

**Enseignant.e / Lecturer :** Jean-François Lemoine (12h)

**Objectifs du Cours/ Course Objectives :**

- 1 Développer une politique d'e-CRM
2. Améliorer l'expérience en ligne
3. Fluidifier le parcours client online & offline
4. Engager les clients dans une communauté

**Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills**

**Soft Skills :** pensée critique – gestion du temps et organisation - Compétences en leadership et en gestion d'équipe - Créativité et pensée innovante

**Hard Skills :** Maîtrise des outils CRM (Customer Relationship Management) - Analyse de données - Connaissance des canaux digitaux - Compétences en marketing digital

**Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:**

Jean-François Lemoine est Docteur en Sciences de Gestion, spécialisé en marketing digital. Il est Professeur des Universités à l'Université Paris 1 Panthéon- Sorbonne et à l'ESSCA School of Management. Il est Directeur de l'École Doctorale de Management Panthéon-Sorbonne (EDMPS) depuis 2011 et responsable du M2 Etudes de Marché et Prise de Décision Marketing et du M2 Métiers du Conseil et de la Recherche en Marketing de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne depuis 2009.



**Intitulé du cours/ Course Title :** Projet eMarketing

**Volume Horaire / Number of Hours:** 18h (12h cours + 6h Suivi)

**Enseignant.e / Lecturer :** Anne-Sophie Cases

**Objectifs du Cours/ Course Objectives :** Dans le cadre de ce module, les étudiants doivent se mettre en groupe et développer un projet qui sert de projet fil rouge tout au long du M2. Dans un premier temps, un cours sur l'étude de marché est proposé aux étudiants pour cerner la ou les cible(s) de leur projet respectif puis une étude qualitative approfondie (entretiens semi-directifs à l'aide de guide(s) d'entretien) est menée afin de valider le marché et le positionnement de leur projet. Enfin, des séances de coaching sont prévues sur la stratégie digitale à mettre en place pour accompagner le déploiement du projet. Des soutenances orales sont prévues à la fin de la période de cours avec un jury pluridisciplinaire pour évaluer les différentes facettes du projet (business model, charte graphique, stratégie digitale d'acquisition et de fidélisation).

### **Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills**

#### **Hard Skills**

Étude de marché (clientèle, concurrents, positionnement)  
Aspects web marketing et e-CRM  
Stratégie d'acquisition client (online et/ou offline)  
Stratégie de fidélisation (CRM + e-CRM) participation du client  
Réflexion sur un Numérique responsable

#### **Soft Skills**

Travail en groupe  
Gestion du temps  
Créativité  
Planification et gestion de projet  
Communication orale

### **Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:**

Anne-Sophie CASES est Professeur des Universités à l'Université de Montpellier. Elle est responsable du Master eMarketing depuis 2004 à l'IAE de Montpellier. Elle coordonne le programme de recherche HUT (anciennement Human at Home Project puis aujourd'hui Habitat Urbain en Transition) depuis octobre 2020. Elle est un des membres fondateurs de la chaire e-Santé de l'Université de Montpellier et fait partie du CER (comité d'éthique de recherche) de son Université. Elle s'intéresse particulièrement à l'impact des technologies sur la relation client, le bien-être de l'utilisateur dans les environnements connectés mais aussi les questions relatives à l'intrusion dans la vie privée. Elle a publié dans plusieurs revues académiques comme Journal of Business Research, Social Science and Medicine, Journal of



**IAE** MONTPELLIER  
École Universitaire  
de Management



Service Management, and Recherche et Applications en Marketing. Elle est membre de l'Association Française du Marketing.

(contact : [anne-sophie.cases@umontpellier.fr](mailto:anne-sophie.cases@umontpellier.fr) ; Compte Twitter : @M2emarketing)



**Intitulé du cours/ Course Title :** Digital Paris summit

**Volume Horaire / Number of Hours:** 30h

**Enseignant.e / Lecturer :** Anne-Sophie Cases

**Objectifs du Cours/ Course Objectives :** Les étudiants vont participer à un Summit (sur paris à l'occasion du Digiworld summit (en général sur 1 à 2 jours) et/ou à un Salon Tech (en partenariat avec la Région Occitanie et Ad'OCC) pour faire de la veille sur les évolutions des technologies numériques du futur et pourvoir en rendre compte avec une couverture de l'évènement sur les réseaux sociaux.

**Compétences managériales/Managerial competencies:** Animation des réseaux sociaux, communication digitale, connaissance générale du secteur du numérique veille des solutions numériques du futur.

### **Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills**

#### **Soft Skills**

Communication orale  
Travail en équipe  
Curiosité et créativité  
Flexibilité et adaptabilité  
Gestion du temps

#### **Hard Skills**

Participation aux conférences de l'IDATE pour le Digiworld Summit à Paris  
Constitution du Digit Team (Community Management pour la conférence)  
Prise de note et restitution des conférences sous la forme écrite et vidéo  
Participation à un salon tech (accompagnement des startups, constitution des équipes, restitution sous la forme d'un rapport d'activités)

### **Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:**

Anne-Sophie CASES est Professeur des Universités à l'Université de Montpellier. Elle est responsable du Master eMarketing depuis 2004 à l'IAE de Montpellier. Elle coordonne le programme de recherche HUT (anciennement Human at Home Project puis aujourd'hui Habitat Urbain en Transition) depuis octobre 2020. Elle est un des membres fondateurs de la chaire e-Santé de l'Université de Montpellier et fait partie du CER (comité d'éthique de recherche) de son Université. Elle s'intéresse particulièrement à l'impact des technologies sur la relation client, le bien-être de l'utilisateur dans les environnements connectés mais aussi les questions relatives à l'intrusion dans la vie privée. Elle a publié dans plusieurs revues académiques comme Journal of Business Research, Social Science and Medicine, Journal of Service Management, and Recherche et Applications en Marketing. Elle est membre de l'Association Française du Marketing.

(contact : anne-sophie.cases@umontpellier.fr ; Compte Twitter : @M2emarketing)



## **Intitulé du cours/ Course Title : Mémoire Master 2**

**Volume Horaire / Number of Hours:** 15 ECTS

**Enseignant.e / Lecturer :**

**Objectifs du Cours/ Course Objectives :** Il s'agit de rédiger leur mémoire de fin d'études en partant des missions en entreprise et de mener une réflexion théorique sur la base d'une recherche d'articles académiques publiés dans des revues Marketing (classement FNEGE et CNRS) et/ou de Management (RH, SI, gestion de projet ...).

### **Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills**

Première étape : validation en amont par le tuteur pédagogique et le tuteur en entreprise de la problématique, du plan et des articles trouvés dans des revues académiques

Seconde étape : Rédaction du mémoire

Troisième étape : Présentation à l'oral du travail devant un jury composé du tuteur entreprise, du tuteur IAE et d'un Co-tuteur

### **Soft Skills**

Communication orale et écrite

Flexibilité et adaptabilité

Gestion du temps

### **Hard Skills**

Mener une réflexion théorique sur un sujet en lien avec ses actions en entreprise

Savoir rechercher un article académique en lien avec son sujet

Faire une synthèse écrite argumentée

Prendre du recul en analysant ses missions

### **Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:**

Anne-Sophie CASES est Professeur des Universités à l'Université de Montpellier. Elle est responsable du Master eMarketing depuis 2004 à l'IAE de Montpellier. Elle coordonne le programme de recherche HUT (anciennement Human at Home Project puis aujourd'hui Habitat Urbain en Transition) depuis octobre 2020. Elle est un des membres fondateurs de la chaire e-Santé de l'Université de Montpellier et fait partie du CER (comité d'éthique de recherche) de son Université. Elle s'intéresse particulièrement à l'impact des technologies sur la relation client, le bien-être de l'utilisateur dans les environnements connectés mais aussi les questions relatives à l'intrusion dans la vie privée. Elle a publié dans plusieurs revues académiques comme Journal of Business Research, Social Science and Medicine, Journal of Service Management, and Recherche et Applications en Marketing. Elle est membre de l'Association Française du Marketing.

(contact : [anne-sophie.cases@umontpellier.fr](mailto:anne-sophie.cases@umontpellier.fr) ; Compte Twitter : @M2emarketing)