Management e-business (M2)

Management de l'innovation

Objectifs

Objectif général : Accroître l'employabilité des étudiants (es) et favoriser l'insertion professionnelle dans tous les secteurs liés à l'économie numérique

Objectif spécifique : Aider l'étudiant (e) à construire un portefeuille de compétences disciplinaires et systémiques sur tous les maillons de la chaîne de valeur d'une organisation digitale pour le préparer, sur des marchés qui se mondialisent, à travailler dans les différents domaines du management liés à l'e-business.

Objectifs opérationnels : Mettre en place une stratégie pédagogique de la réussite (pas de sélection en Master 1 – tous diplômes acceptés - et accès automatique en M2 pour les étudiants -es- qui ont validé le M1)

Compétences

- Être capable d'utiliser ses compétences tout en faisant preuve de créativité
- Savoir construire un processus d'analyse et le mener à bien
- Manipuler les outils numériques avec aisance

Conditions d'accès

Licence

Organisation

Organisation

Les apprenants travaillent, en master 1 management de l'innovation, voie propédeutique du M2 management de l'innovation, les savoirs et savoir faire dans le domaine du management en contexte mondialisé et étudient en master 2, en suite logique, l'apprentissage des pratiques du management en contexte e-business.

La formation s'articule à partir des dispositifs complémentaires suivants :

- une ingénierie organisationnelle mobilisant un modèle hybride proposant des cours en

Modalités de formation

FORMATION INITIALE

FORMATION CONTINUE

EN ALTERNANCE

A DISTANCE

Informations pratiques

Lieux de la formation
UFR d'Économie et de Gestion

Volume horaire (FC)
910 h

Capacité d'accueil
50

Contacts Formation Initiale

Scolarité UFR d'économie

03 22 82 71 10 / 03 22 82 71 04 / 03 22 82 71 02

fac-eco@u-picardie.fr

Plus d'informations

UFR d'Économie et de Gestion

ligne accessibles sur l'ENT et des regroupements présentiels hebdomadaires le vendredi soir et le samedi, (étudiant en stage du lundi au vendredi midi) et pour la formation continue des cours en ligne et une prestation personnalisée de télétutorat électronique avec des examens organisés dans les ambassades des pays où se trouvent les apprenants)

- une ingénierie technico-médiatique combinant des contenus numérisés accessibles en ligne sur l'ENT de l'UPJV et une structure pédagogique classique (cours, exercices et corrigés)

- une ingénierie pédagogique de la réussite et de contrat centrée sur une relation enseignant-enseigné dans le cadre d'une prestation individualisée (tutorat électronique, parcours universitaire personnalisé, assistance technique stages, mobilité étudiante, ...) assurée au travers les outils de communication numérique (chat, forums, groupware et workflow, messagerie électronique, visioconférences, ...)

Pôle Cathédrale, 10 placette Lafleur - BP 2716
80027 Amiens Cedex 1
France

https://economie-gestion.u-picardie.fr/

- un modèle économique spécifique pour chaque public d'apprenants (coûts des droits universitaires pour les étudiants en formation initiale, prix marchand pour les étudiants salariés de la formation continue)

Volume horaire : 910 heures répartis 466 heures pour le M1 (60ECTS) et 444 heures en M2 (60ECTS).

Période de formation

Stages de 6 mois possible toute l'année

Contrôle des connaissances

Contrôle continu et/ou examens terminaux.

Modalités de contrôle des connaissances voir sur la page web de l'UFR.

Responsable(s) pédagogique(s)

Jean-Pierre Girard

jean-pierre.girard@u-picardie.fr

Programmes

SEMESTRE 1 MASTER 1 MANAGEMENT DE L'INNOVATION	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS MASTER 1 SEMESTRE 1					
UE1 ANALYSE ET ENJEUX DES POLITIQUES ECONOMIQUES					12
Analyse Systèmes Economiques et Changements Institutionnel	36	24	12		6
Politiques et Modèles Economiques de l'Entreprise	36	24	12		6
UE2 STRATEGIE DE L'ENTREPRISE					18
Analyse et Conception des SIO (voie PRO)	28	28			3
Contrôle de Direction et Management Interculturel	36	24	12		3
Diagnostic Stratégique des Entreprises	36	24	12		3
Période de formtion professionnelle en entreprise en					6

alterna					
Stratégie et Marketing à l'International	36	24	12		3

SEMESTRE 2 MASTER 1 MANAGEMENT DE L'INNOVATION	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS MASTER 1 SEMESTRE 2					
UE4 ENSEIGNEMENTS TRANSVERSES					6
Informatique de Gestion	40	20	20		3
Langues Etrangères Appliquées	40	20	20		3
UE5 ENSEIGNEMENTS DE PARCOURS					24
Economie Européeenne	36	24	12		4
Management de Projet en Contexte International	36	24	12		4
Période Formation Pro Ent Alternance Sanctionnée Projet Pro					15
Techniques Quantitatives Appliquées à la Gestion	36	24	12		4

SEMESTRE 3 MASTER 2 MANAGEMENT DE L'INNOVATION	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS MASTER 2 SEMESTRE 3					
UE1 FONDAMENTAUX					15
Concepts et modèles de l'e-business	28	28			3
Management de l'information et compétitivité des organisatio	36	36			6
Management et productivité des TIC	28	28			3
Net-économie et développement durable	28	28			3
UE2 OUTILS DE PARCOURS					9
Choix Outils de Parcours					
e-Supply Chain Management	28	28			4
e-Trading	28	28			4
e-marketing	28	28			5
UE3 OPERATIONNELS DE VOIE					6
Voie Professionnelle					
Big Data et stratégie d'innovation en marketing digital (VOI	28	28			3
Economie de l'innovation (VOIE PRO)	28	28			3
Voie Recherche					

Macroéconomie mondiale	20	20			3
Théorie monétaire approfondie	20	20			3

SEMESTRE 4 MASTER 2 MANAGEMENT DE L'INNOVATION	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS MASTER 2 SEMESTRE 4					
UE4 APPLICATIONS					15
Choix Applications					
Aspects juridiques des activités e-business	28	28			5
Conception/animation de sites web dynamiques en contexte e-	30	30			5
Conception et pilotage de projet e-business	28	28			5
Management de projet de création d'e-organisations	28	28			5
UE5 PROFESSIONNALISATION					15
Voie Professionnelle					
Rédaction et soutenance d'un rapport de stage ou d'un projet					9
Stage et formation professionnelle en entreprise (VOIE PRO)					6
Voie Recherche					
Epistémologie	15	15			3
Méthodologie de la recherche	15	15			3
Rédaction et soutenance d'un mémoire de recherche					9

A savoir

Niveau d'entrée : Niveau II (Licence ou maîtrise universitaire)
Niveau de sortie : Niveau I (supérieur à la maîtrise)
Prix total TTC : 4260 €

Conditions d'accès FC

- Personnes en reprise d'études, Salariés, demandeurs d'emploi, VAE, ...
- Être titulaire d'un diplôme Niveau bac + 3

Calendrier et période de formation FC

Rythme hebdomadaire de 7h30 en regroupement + Auto-formation à distance avec les modules disponibles sur l'ENT

Stage de 4 à 6 mois pouvant être étalé sur toute l'année.

Références et certifications

Identifiant RNCP : 35910

Codes ROME : H1206 - Management et ingénierie études, recherche et développement industriel

M1403 - Études et prospectives socio-économiques

M1702 - Analyse de tendance

M1703 - Management et gestion de produit

Codes FORMACODE : 34060 - Étude marché

13138 - Analyse économique

32070 - Innovation entreprise

34052 - Marketing

Codes NSF : 310 - Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion (y compris administration générale des entreprises et des collectivités)

Contacts Formation Continue

Mohamed Sidir

mohamed.sidir@u-picardie.fr

Le 13/06/2026