ESC128 - E-commerce

Mis à jour le 09-03-2026



Code : ESC128

Unité d'enseignement de type cours

4 crédits

Volume horaire de référence (+/- 10%) : **40 heures**

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / Jean-Michel RAICOVITCH

Contact national :

Cnam - EPN15

1D3P10, 37.2.12, 2 rue Conté
75003 Paris

par_esc.marketing@Lecnam.net

Présentation

Prérequis

Pré-requis : cette UE ne peut être suivie sans avoir suivi au préalable l'ESC 123. Elle implique une bonne connaissance des principes de base du marketing digital. Aucune inscription ne sera possible sans validation de l'UE ESC 123.
Entrepreneurs ayant un projet en e-commerce. Auditeurs désireux de mener à bien un projet professionnel sur le Web. Entrepreneurs souhaitant développer leur offre commerciale sur le Net. **Il est obligatoire de suivre ou d'avoir validé préalablement l'unité d'enseignement ESC 123.**

Objectifs pédagogiques

- Développer ses compétences en matière d'e-commerce.
- Connaître les différents modèles économiques du commerce électronique à travers des études de cas de sites réels et d'actualité.
- Maîtriser le développement d'un site web et des aspects connexes (paiement, logistique, design, juridique...)

Compétences

- Connaître les grands principes du design d'un site et les éléments importants du SEO (référencement naturel).
- Acquérir les premiers principes de lancement d'un site e-commerce : nom de domaine, boutiques en ligne... et créer un site web "simple"
- Parfaire ses connaissances en terme de modèles économiques sur le net.
- Mesuer la performance du site web

Programme

Contenu

1. Introduction au e-commerce (principaux chiffres et tendances)
2. Révision des principaux fonctionnements des différents leviers du digital (display, search, e-mailing, affiliation) et des premiers principes du référencement naturel
3. Le plan d'action plan marketing
4. Mise en place d'une stratégie digitale e-commerce : le business plan e-commerce
5. Etude de marché et grandes transitions sur les marchés (développement durable, numérique, démographie, …)
6. Le data marketing
7. Le cadre légal de l'E-commerce
8. Cahier des charges d'un site e-commerce
9. L'utilisation des CMS pour créer un site web, focus sur Shopify
10. Les outils IA indispensables à l'e-commerce : Lovable, Banana3, GPT, Gemini…
11. Les fondamentaux du HTML, les outils no code, Web3, IA (Intelligence Artificielle)
12. Mesure de la performance & Reporting (attribution, conversion...)
13. La responsabilité sociale et environnementale (RSE) des entreprises dans leurs activités e-commerce

Modalités de validation

- Contrôle continu
- Projet(s)
- Examen final

Bibliographie

Titre	Auteur(s)

Digital Marketing - EBG	Elenbi ; 15e édition (3 janvier 2025)
E-commerce - Comment concevoir, réaliser et piloter votre site: Comment concevoir, réaliser et piloter votre site	Jean-Éric Pelet
La boîte à outils du Marketing digital	Stéphane Truphème