



Syllabus

/ **[sil(l)abys]**

Master 2

Mention

Management de l'Innovation

Responsables pédagogiques :	Secrétariat pédagogique :
Véronique BESSIÈRE Eric STEPHANY Anne-Sophie CASES	Lise Le Mogne
veronique.bessiere@umontpellier.fr Eric.stephany@umontpellier.fr anne-sophie.cases@umontpellier.fr	lise.le-mogne@umontpellier.fr

Parcours

Création d'Entreprise Innovant EM



Responsable pédagogique :	Secrétariat pédagogique :
Anne-Sophie CASES	Lise Le Mogne
anne-sophie.cases@umontpellier.fr	lise.le-mogne@umontpellier.fr

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 duplicita.

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

Contact : 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

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

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

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

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

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

Formation continue : 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 expérimentuelle. 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, Créo'thon, Afterworks...)

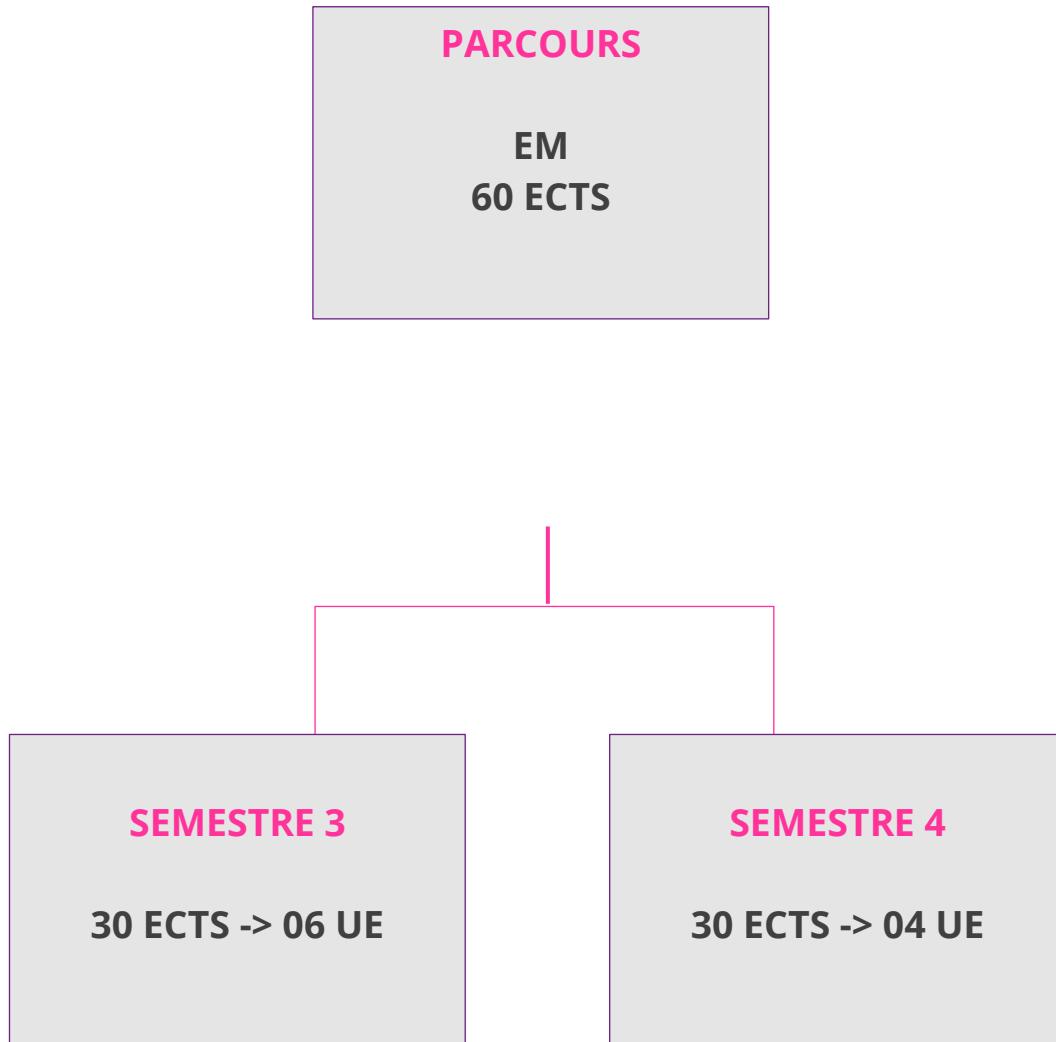
<http://iaestartuplab.com>



Maquette du Master 2 Management de l'Innovation						
	UE	Parcours CEI	Parcours MPI	Parcours E-Mark	Parcours MTD	ECTS
S1						
	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
S2						
	Financement de l'Innovation	X	X		X	5
	Lean Data Analytics				X	5
	Design management		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



ORGANISATION PEDAGOGIQUE DES SEMESTRES



CALENDRIER FORMATION :

<https://iae.umontpellier.fr/calendrier-de-formation/>



Fiche Syllabus : Droit

Volume Horaire / Number of Hours: 50 h

Enseignant.e / Lecturer : Vidal Sébastien (25h), Perez Leah (12h), Ophélie Laboury (3h), Anne-Sophie Cases (10h)

Ophélie Laboury

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 DU SMI

EXPÉRIENCE 16 ANNÉES

COORDONNÉES ophelie@myriagone-
conseil.fr
06.95.38.07.04

**»» DOMAINE
D'EXPERTISE**

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

DOMAINE 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

RÉFÉRENCES CLIENTS

ENGAGEMENTS

- 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



- 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

Perez Leah



Objectifs du Cours / Course Objectives :

- Maitriser les bases du droit des données personnelles ;
- Connaître les règles spécifiques applicables dans le cadre des activités marketing (publicité par voie électronique, cookies ...)
- Être capable d'identifier les risques juridiques liés à la collecte et à l'utilisation des données ;
- Connaître les bases du droit européen de l'intelligence artificielle (AI Act)

Compétences Mobilisées et Développés / Developed Skills

Soft Skills :

- Rigueur
- Capacité à appliquer un raisonnement juridique
- Esprit critique et analytique
- Culture de la conformité

Hard Skills :

- Connaissance des règles et principes en matière d'utilisation des données personnelles
- Connaissance des principales règles en matière de développement et de déploiement d'un système d'intelligence artificielle

Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:

Leah Perez est docteur en droit, spécialisée en droit public économique et en droit du numérique. Elle dirige un cabinet de conseil en protection des données qui accompagne les structures publiques et privées dans leur démarche de mise et maintien en conformité vis-à-vis des réglementations en matière de protection des données. Elle intervient en tant qu'enseignante dans de nombreuses formations de l'enseignement supérieur public et privé (Université de Montpellier, Université de la Réunion, Université Paris-Cité, EFAP).

Sébastien Vidal

Objectifs du Cours/ Course Objectives :

Comprendre les dimensions juridiques et statutaires de la Start'up

Introduction au droit (hiérarchie des normes, sources du droit, etc.).

Droit des contrats

Quel statut juridique pour mon entreprise

Droit des sociétés et sociétés commerciales

Droit de la propriété intellectuelle

Et toute question que les étudiants poseront et qui pourra enrichir leur culture juridique

Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills

Soft Skills



Compréhension de l'univers juridique dans lequel évolue toute entreprise, et des risques inhérents.

Hard Skills

Acquisition de réflexes (sans être juristes, être capable de déceler les enjeux)

Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:

Sébastien Vidal est diplômé de l'École Centrale Lyon, en sciences économiques, et titulaire d'un DEA de droit des contrats, est avocat exerçant principalement dans le domaine du droit des affaires, après avoir été conseil dans le domaine de l'innovation et responsable d'un fonds d'amorçage.

Cours Ethique et IA

Anne-Sophie CASES Professeur des Universités à l'IAE de Montpellier et membre du Comité d'éthique de la Recherche de l'Université de Montpellier propose cette année un cours de 9h sur les enjeux éthiques dans l'usage des systèmes d'IA (et notamment IA générative).

Lors d'une première séance, un premier état des lieux des usages de l'IA (et notamment l'IAG) dans des disciplines diverses et secteurs d'activités variés (art, santé, éducation, politique, innovation ...) est proposé, puis il s'agit de déduire les questions éthiques qui découlent de ces usages.

Lors des 2 autres séances, les étudiants participent à des ateliers de mise en situation (méthode des scénarios) où ils débattent des cas d'usage et réfléchissent à un usage responsable de l'IAG pour chacun des cas (ex clonage de la voix dans la santé versus pour un usage quotidien sur les réseaux sociaux).

Enfin, les étudiants expérimentent le jeu du dilemme qui nous avons conçu à l'IAE de Montpellier avec comme objectif de développer un esprit critique chez les étudiants dans le déploiement d'une IAG au sein d'une organisation. Ce jeu du dilemme est proposé sur MOODLE en collaboration avec ChallengeMe il a pour vocation à long terme d'être un outil de travail pour tous les enseignants-chercheurs de l'Université qui souhaitent travailler sur cette thématique avec leurs étudiants.

Soff skills :

Créativité, esprit critique, communication orale et capacité à évaluer

Hard Skills :

Connaissance des principes éthiques liés à l'usage des IA génératives

Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:

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'usager 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).

Cases A.S. et C Fournier (2025), Défis éthiques des IA génératives pour l'enseignement supérieur, Management et Datascience

<https://management-datascience.org/articles/36833/>

Modalités de Contrôle de Connaissances/ Assessment Methods : Voir ENT



Fiche Syllabus : IA Big Data avancé

Volume Horaire/Number of Hours: 36h

Enseignant.e/ Lecturer : Dossa Maximilien

Objectifs du Cours/ Course Objectives :

Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills

Soft Skills

Hard Skills

Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:



Fiche Syllabus : Pilotage de la transformation Digitale

Volume Horaire / Number of Hours: 36h

Enseignant.e / Lecturer : Stéphanie Bouchet (15h), Maudru Isabelle (12h) et Chollet Antoine (9h)

Objectifs du Cours/ Course Objectives :

Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills

Soft Skills

Hard Skills

Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:

Antoine Chollet

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:

Antoine Chollet est Maître de Conférences en Sciences de Gestion.



Fiche Syllabus : Performance des canaux digitaux

Volume Horaire / Number of Hours: 36h

Enseignant.e / Lecturer : Anne-Sophie Cases (3h), Aldo Maldera (9h), Mathilde Villeméjeanne (3h), Mestre Eugénie (3h), Gaud Emmanuelle (12h) et Bertrand Sarah (6h)

Aldo MALDERA

Objectifs du Cours/ Course Objectives :

Savoir optimiser en profondeur le contenu éditorial d'un site web pour améliorer sa présence SEO et GEO. Intégrer les outils d'intelligence artificielle à sa stratégie de visibilité

Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills :

recherche de mots clés, stratégie éditoriale, rédaction web, stratégie de maillage interne, GEO

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-commerçant, start-ups ou grands groupes) à la recherche de visibilité et de rentabilité sur Internet.

Mathilde Villeméjeanne et Eugénie Mestre

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.

Emmanuelle Gaud

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

Fiche Syllabus : Médias digitaux et distribution

Volume Horaire / Number of Hours : 36h

Enseignant.e / Lecturer : BEZES Christophe (15h), Anne-Sophie Cases (15h) et Tiphaine Menadier (6h)



Christophe BEZES

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.

Anne-Sophie Cases

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'usager 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)

Tiphaine Menadier

Objectifs du Cours/ Course Objectives :

1. Connaître l'environnement des leviers, techniques et opérations de marketing à la performance (affiliation).
2. Mettre en place les facteurs-clés de succès d'une opération d'affiliation : génération de leads et/ou de chiffre d'affaires.
3. Identifier les affiliés et leviers adaptés à une problématique de marque.
4. Appréhender le vocabulaire, les acteurs et les chiffres-clés du secteur de l'affiliation.
5. Comprendre le système de tracking dans un contexte d'affiliation.
6. Savoir animer un réseau d'affiliés et piloter ses performances.

Compétences Mobilisées et Développés / Developed Skills :

Soft Skills

- **Esprit analytique** : capacité à interpréter des données pour piloter la performance.
- **Curiosité digitale** : veille sur les nouveaux leviers, technologies et tendances du marketing à la performance.
- **Rigueur & méthode** : précision dans le suivi des campagnes et la lecture des résultats.
- **Communication & pédagogie** : savoir vulgariser des sujets techniques et collaborer avec différents acteurs (annonateurs, éditeurs, plateformes).
- **Sens du relationnel & de la négociation** : gestion de partenaires externes et recherche de win-win.



- **Autonomie & proactivité** : capacité à concevoir et exécuter une stratégie complète d'affiliation.
- **Créativité stratégique** : imaginer des activations originales et des mécaniques d'influence adaptées à la marque.

Hard Skills

- **Stratégie d'affiliation** : construction d'un plan d'action performance, sélection des leviers adaptés (cashback, contenu, influence, emailing...).
- **Analyse de performance** : suivi des KPIs (CPL, CPA, ROAS, conversion rate...).
- **Tracking & attribution** : compréhension des mécanismes techniques (pixels, postback, cookies, déduplication, attribution multi-touch).
- **Gestion de partenariats** : négociation, contractualisation, pilotage opérationnel.
- **Outils du marché** : plateformes d'affiliation (Awin, Affilae, Rakuten, CJ...), outils de tracking et d'attribution (Make Me Win, TYA, Impact...).
- **Reporting & optimisation** : mise en place de tableaux de bord, interprétation des résultats, recommandations d'optimisation.
- **Animation de réseau** : activation, motivation et fidélisation des affiliés.

Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:

Tiphaine Menadier est une experte reconnue du marketing à la performance et de l'affiliation, avec plus de dix ans d'expérience dans la gestion et le développement de stratégies digitales pour de grands comptes des secteurs Retail, Grande distribution et Voyage.

Après avoir occupé plusieurs postes clés chez Tradedoubler France dont celui de Head of Client Services du pôle Clients France elle fonde Lumigency, une agence indépendante spécialisée dans le consulting stratégique en affiliation, génération de leads et appels d'offres.

En 2023, elle co-préside le collège Retail du CPA (Collectif pour les Acteurs du marketing digital), où elle contribue activement à la structuration et à la valorisation du levier performance en France.

Conférencière régulière sur les enjeux de l'acquisition digitale, elle est intervenue notamment lors de la Paris Retail Week sur le thème : « Comment travailler sa stratégie digitale dans un contexte en pleine mouvance ? »

À travers son enseignement, Tiphaine met l'accent sur une approche à la fois stratégique et opérationnelle du marketing à la performance, en transmettant aux étudiants une vision concrète des enjeux, leviers, outils et dynamiques de l'écosystème digital.



Fiche Syllabus : Management de la relation client à l'ère digitale

Volume Horaire / Number of Hours: 36h

Enseignant.e / Lecturer : Audrey Portes (18h), CASES Anne sophie (12h) et Angelique Cacheux (6h)

Audrey Portes

Objectifs du Cours/ Course Objectives :

- Identifier et expliquer les trois facettes complémentaires du CRM : CRM Stratégique (la culture d'entreprise orientée client) / CRM Opérationnel (l'automatisation des processus en contact avec le client) / CRM Analytique (l'exploitation des données pour la connaissance client).
- Comprendre les enjeux de la gestion de la base de données client, son rôle central dans le CRM et les différents types de données qu'elle contient.
- Définir et saisir l'importance des KPIs relationnels pour segmenter la clientèle et allouer les ressources marketing.
- 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)
- Pensée stratégique : Développer une culture "customer-centric", en comprenant que la fidélisation et la valeur à long terme surpassent souvent le profit à court terme d'une transaction unique.
- Analyse et synthèse : Démontrer la capacité à analyser une situation d'entreprise complexe, à en extraire les informations pertinentes et à synthétiser les enjeux CRM.
- Esprit critique (être capable de critiquer et suggérer des solutions/ idées nouvelles)

Hard Skills

- Analyse des programmes de fidélité
- Savoir classifier des données clients
- Calculer les principaux KPIs de la relation client / la valeur client pour prendre des décisions basées sur la data
- 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



Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:

Dr. Audrey Portes est Professeur Assistant 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 Journal of Retailing and Consumer Services, Recherche et Applications en Marketing ou Management & Avenir. Elle a travaillé pendant 10 ans en tant que consultante et a développé diverses stratégies marketing (SEO, SEM, SMO, événements en ligne, etc.) pour différents types d'entreprises. Elle a également été ingénierie pédagogique pour une plateforme collaborative à destination des étudiants (Digital Student Challenge) pendant un an.

Anne-Sophie Cases

Objectifs du Cours/ Course Objectives :

Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills

Soft Skills

Hard Skills

Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:

Angélique Cacheux

Objectifs du Cours/ Course Objectives :

- Comprendre la motivation et les besoins du client
- Identifier le profil client dans une situation BtoB
- Communiquer efficacement auprès des clients
- Aborder les situations difficiles et travailler les objections possibles
- Mise en pratique autour de scénarios de vente

Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills

Soft Skills

Écoute active, empathie, adaptabilité, assertivité, gestion du stress, intelligence émotionnelle, esprit de synthèse, travail collaboratif

Hard Skills

Analyse des besoins clients, méthodes SONCASE & QOQCP, techniques d'entretien et d'argumentation, gestion des objections, communication en situation difficile



Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:

Chargée de mission export au sein de l'Agence de développement économique de la Région Occitanie. Forte de huit années d'expérience dans le commerce international et la gestion de projets à dimension internationale, elle accompagne aujourd'hui les start-ups et PME innovantes du secteur technologique dans leurs projets de développement commercial en France et à l'étranger.

Ses missions couvrent l'ensemble de la stratégie de développement commercial: mise en œuvre de démarches export, analyse de marchés cibles et élaboration de plans d'action. Elle pilote également des projets collectifs d'envergure à l'international (CES Las Vegas, VivaTech, Slush ...) en assurant la coordination logistique, opérationnelle et la représentation institutionnelle.

Engagée dans le développement de l'écosystème tech régional, elle conçoit et anime des programmes d'accompagnement dédiés à l'internationalisation, et travaille en étroite collaboration avec les acteurs publics et privés (clusters, French Tech, métropoles, incubateurs, pôles de compétitivité, etc.) afin de créer des synergies et renforcer la compétitivité des entreprises innovantes d'Occitanie sur la scène mondiale.



Fiche Syllabus : Design et Prototypage

Volume Horaire / Number of Hours: 36h

Enseignant.e / Lecturer : Savary Marco (30h) et Jean-Philippe Galan (6h)

Objectifs du Cours/ Course Objectives :

Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills

Soft Skills

Hard Skills

Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:



Fiche Syllabus : Projet E-marketing

Volume Horaire / Number of Hours: 36h

Enseignant.e / Lecturer : Cases Anne-Sophie (18h), Jérôme Pouget (6h), Arnaud Maes (12h)

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'usager 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)

Jérôme Pouget



Objectifs du Cours/ Course Objectives :

Dans le cadre des projets menés par les étudiants, chaque groupe doit présenter un business plan qui reprend l'essentiel des prévisions financières. Pour ce faire, ce module permet d'accompagner les étudiants dans la définition des flux prévisionnels de trésorerie, tant CAPEX qu'OPEX. Les 36 flux et soldes mensuels prévisionnels de trésorerie sont évalués selon le modèle économique choisi par le groupe. Les investissements puis l'exploitation déterminent les besoins de trésorerie. Ces derniers déterminent ensuite les flux de trésorerie générés par le cycle de financement.

A cette occasion, le modèle économique peut éventuellement être interrogé, mais aussi le modèle de gouvernance et de développement du projet.

Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills

Hard Skills

Business plan
Flux prévisionnels de trésorerie (exploitation, investissement, financement)
Analyse financière
Mathématiques financières

Soft Skills

Travail en groupe
Coordination et délégation de compétence

Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:

Jérôme Pouget est Maître de Conférence à l'IAE Montpellier, responsable de la mention de Master *Management et Administration des entreprises* et responsable des parcours *Manager d'équipes et Management de la Business Unit*. Il est responsable de la formation continue à l'IAE de Montpellier ainsi que du pôle Carrière. Ses enseignements portent sur la production, l'interprétation et l'amélioration des données financières de l'entreprise, *ex ante* et *ex post*, dans un contexte de Responsabilité Sociétale des Entreprises.

Arnaud Maes

Objectifs du Cours/ Course Objectives :

- Passer d'un stade d'idéation à une formalisation opérationnelle de projet.
- Modéliser un projet à l'aide du Business Model Canvas.
- Formuler une proposition de valeur claire et différenciante.
- Identifier et segmenter les cibles via des personas représentatifs des générations et comportements de consommation.
- Définir un positionnement marketing cohérent avec la stratégie globale.
- Concevoir une solution digitale adaptée (site web, web app, service).



- Structurer un parcours utilisateur fluide intégrant ergonomie et arborescence optimisée.

Compétences Mobilisées et Développés/ Developed Skills

- Élaboration d'un Business Model Canvas.
- Construction d'une proposition de valeur et d'un positionnement marketing.
- Création et analyse de personas selon les générations et comportements digitaux.
- Conception d'un parcours utilisateur (UX) et d'une arborescence fonctionnelle.
- Application des principes de marketing expérientiel et centré utilisateur.
- Capacité à choisir et articuler les outils digitaux adaptés à une stratégie de projet.

Soft Skills

- Travail collaboratif et gestion de groupe projet.
- Créativité et capacité à innover à partir d'un brief.
- Pensée critique pour confronter idée, marché et faisabilité.
- Gestion du temps et planification d'un projet digital.
- Communication orale et visuelle pour la présentation et la soutenance du projet.

Hard Skills

Profil de l'Enseignant/ Lecturer Profile:

Professeur des Universités Associé & Expert en IA Générative, Stratégies Digitales et E-tourisme & responsable du Master 1 & 2 Marketing du Sport et des Loisirs à Montpellier Management, il enseigne le marketing digital et forme les futurs experts à l'innovation et aux outils numériques les plus avancés.

Consultant en e-tourisme, IA et marketing digital, il accompagne depuis plus de 25 ans les entreprises, institutions et acteurs du tourisme, du sport et de l'artisanat dans leur transformation numérique. Son approche ? Concrète, opérationnelle et orientée résultats. Il est quotidiennement au contact du terrain et de la réalité des problématiques des professionnels. Il accompagne de nombreuses start-up, structures innovantes et entreprises du monde du tourisme, du sport et de l'artisanat, [...] des collectivités, des offices du tourisme et réseaux professionnel sur des stratégies digitales sur-mesure, des stratégies sur les Social media, le SEO, l'IA générative et l'automatisation de tâches marketing. Il anime des formations, conférences, webinaires et audits pour Offices de Tourisme, CCI, Chambres de Métiers, réseaux de franchise et destinations touristiques

Docteur en sciences de l'information (thèse sur les réseaux sociaux – Sciences Po Aix, 2007) et diplômé en marketing, il combine une solide expertise académique avec une immersion quotidienne sur le terrain, au contact direct des problématiques des professionnels.

Contact : arnaud.maes@umontpellier.fr



Fiche Syllabus : Digital Paris Summit

Volume Horaire / Number of Hours: 36h

Enseignant.e / Lecturer : Anne-Sophie Cases (30h) et Angelique Cacheux (3h)

Objectifs du Cours/ Course Objectives : Les étudiants participent au Salon d'innovation VIVATECH sur Paris pendant 4 jours (en partenariat avec la Région Occitanie et l'agence Ad'OCC). Ils accompagnent les entreprises présentes sur le salon en groupe et se chargent de la visibilité de l'agence Ad'occ, l'IAE et les entreprises accompagnées. Ce salon est aussi l'occasion de découvrir les innovations numériques (veille), d'assister à des conférences professionnelles, de rencontrer des alumni et de faire du networking.

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 (pitchs)
Travail en équipe
Curiosité et créativité
Flexibilité et adaptabilité
Gestion du temps

Hard Skills

Création de supports de communication (Kit de com pour la Région)
Constitution des équipes projet pour accompagner les entreprises sur le salon ainsi que l'agence Ad'occ
Création de contenu et gestion de la communication digitale
Veille et restitution des conférences et des activités sur le salon

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) de 2020-2024. 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'usager 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)



Fiche Syllabus : Expérience en Entreprise/ Mémoire de Master

Volume Horaire / Number of Hours: /

Enseignant.e / Lecturer : Anne-Sophie Cases

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'usager 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