

MANAGEMENT DES TIC

Dans un contexte de globalisation de l'économie et d'évolution rapide des technologies de l'information, le rôle joué par l'informatique et les télécommunications au sein des organisations est en pleine mutation. La maîtrise des technologies de l'information et de la communication apparaît aujourd'hui comme une source de nouveaux débouchés et d'avantages concurrentiels pour les entreprises.

La formation s'articule autour de deux axes prioritaires : permettre une bonne maîtrise des TIC essentielles ; apporter une connaissance précise du contenu des mutations organisationnelles liées aux TIC. Cette connaissance est approfondie dans le domaine du marketing et du commerce électronique.

Ainsi pour la première année, les sciences fondamentales occupent une plage horaire de 200 heures (23% du total de l'année) et 15,5 crédits.

Les sciences professionnelles totalisent 510 heures d'enseignements soit 60 % du volume horaire et 59 crédits. 150 heures (17 %) et 9,5 crédits sont consacrés aux enseignements en sciences humaines.

En S3, les cours magistraux occupent une plage horaire de 290 heures, soit 68 % du total. 100 heures (23 %) sont réservées aux travaux dirigés et 40 heures (9%) aux travaux pratiques.

Le S4 présente une répartition similaire avec 300 heures (70 %) de cours magistraux, 100 heures de travaux dirigés (23 %) et 30 heures (7 %) de travaux pratiques.

La plaquette des programmes de la Licence en management des TIC en annexe 4 donne plus de détails.

E-marketing et Economie Numérique

L'objectif de cette option est de former des professionnels polyvalents dans la conception, la gestion et l'administration des plateformes numériques dédiées au e-business et à l'e-réputation. Le programme doit permettre d'acquérir les compétences dans le domaine des techniques d'édition Web, d'indexation, de référencement ou de paiement en ligne, de conception et de gestion de campagnes de e-Marketing, de m-Marketing et de Télémarketing.

Cette option initie également les étudiants aux fondamentaux de l'économie du numérique. L'objectif est de doter l'apprenant de connaissances de base dans le champ de l'économie du numérique et de ses applications.

Au sortir de la formation, les apprenants sont outillés pour participer à la conception, l'analyse et la mise en œuvre des stratégies de croissance et de développement basées sur l'économie du numérique.

Au S5, 23% de la plage horaire, soient 100 heures sont utilisées pour les enseignements en sciences fondamentales afin de maîtriser les outils liés à l'internet, au multimédia et le e-mailing. Les enseignements professionnels en marketing et droit occupent 50 % du volume horaire, soient 215 heures.

Les compléments en communication se font sur 115 heures.

Les enseignements au S6 sont à vocation professionnelles, ils totalisent 165 heures de cours théoriques et 50 heures de travaux pratiques. Un mémoire est présenté et soutenue suite à un stage en entreprise de plus de deux (02) mois.

Management d'innovation et gestion des projets

Cette option forme les étudiants en gestion de projets dans le domaine de l'innovation. L'objectif est de doter l'apprenant des connaissances et méthodologies de base en management de projet dans le secteur des TIC et plus particulièrement en planification, exécution, surveillance et maîtrise des projets innovants.

Ainsi en S5, des outils de sciences fondamentales en informatique comptabilisent **150 heures (35 %) d'enseignements réparties en 80 heures de cours magistraux**, 20 heures de travaux dirigés et 50 heures de travaux pratiques.

Les enseignements en science professionnelle de management et innovation occupent 240 heures soit 56 % du total semestriel.

Les compléments en communication et animation d'équipe se font sur 40 heures.

Les enseignements du S6 concernent les approfondissements en management des risques, suivi et évaluation de projets. Ils sont répartis en 120 heures de cours théoriques, 40 heures de travaux dirigés et 55 heures de travaux pratiques.

Technico-commercial

L'objectif de cette option est de former des professionnels capables d'assurer la commercialisation des produits et services TIC (Marketing, prospection, vente, administration et gestion de la relation clientèle). Suffisamment outillés dans les domaines scientifiques et techniques, ils sont également capables de gérer le portefeuille clients et de promouvoir auprès de ces derniers la gamme de produits et services.

La licence forme des collaborateurs capables d'utiliser les TIC à des fins commerciales. La formation est axée autour de plusieurs domaines commerciaux : Négociation, Communication et Marketing.

Dans cette optique, en S5, 290 heures (67 %) sont consacrées aux enseignements professionnels repartis en 160 heures de cours magistraux, 40 heures de travaux dirigés et 90 heures d'applications pratiques.

Les enseignements en sciences fondamentales concernent la communication, l'e-banking et le management des systèmes d'informations. Ils comptabilisent 110 heures soit 26 % du volume horaire semestriel.

Un complément en sciences humaines de stratégie de communication se fait sur 30 heures.

Au dernier semestre de la formation, les études en commerce avancée concernant la stratégie du e-business, la gestion de portefeuille client, la gestion de la force de vente et les actions commerciales s'effectuent sur une plage horaire de 215 heures repartis en 115 heures de cours théoriques, 40 heures de travaux dirigés et 60 heures de travaux pratiques.

Un stage professionnel de plus de deux (02) mois est exigé.

Liste des débouchés possibles après cette licence :

- Assistant de gestion et suivi d'évaluation
- chef d'équipe clientèle
- Conseiller clientèle
- Consultant en stratégie numérique
- Chargé de communication web
- Consultant e-business / e-commerce
- E-marketer (webmarketeur)
- Directeur artistique
- Chef de projet e-business
- Community manager
- négociateur - vendeur technico-commercial
- Responsable Connaissance Clients
- Responsable e-commerce / m-commerce
- experts en marketing des services commerciaux TIC
- Responsable e-mailing / éditorial web / marketing digital
- Chargé de réalisation e-learning
- Evaluation systèmes d'information interne et externe
- Vente de solutions Internet et services informatiques