

---

## **Droit et Marketing des TIC (Management Projets Informatiques - Business Plan - Droit - Marketing)**

---

ETCS : 9 ECTS

Nombre d'Heures : CM : 68h ; TD : 40h

---

- **Management de projets informatiques**

CM : 24h ; TD : 24h

Coefficient : 4

L'objectif de cet enseignement est de donner aux étudiants une vue d'ensemble de ce qu'est la gestion de projet de manière à leur permettre, dans un premier temps, de s'intégrer facilement dans une organisation structurée en projets. L'ensemble des thèmes abordés leur permet également de devenir rapidement acteur dans le rôle de chef de projet, par l'explication systématique des meilleures pratiques admises par la profession. Les domaines de compétences abordés concernent : le découpage structurel et temporel du projet, l'estimation de la charge d'un projet, la planification, la gestion des risques et la qualité (ISO, PMI, CMMI).

- **Business Plan : mode d'emploi**

CM : 20h ; TD : 4h

Coefficient : 2

Le but de cet enseignement est de connaître les principes de l'élaboration d'un Business Plan : par une approche globale afin de cerner les interactions entre les différents domaines concernés que sont la finance, le droit et le marketing et par une approche plus spécifique notamment en abordant les choix juridiques, les contraintes et prévisions financières et les options fiscales. Plusieurs cas pratiques adaptés de cas réels sont utilisés pour illustrer les différentes étapes de la construction d'un Business Plan. Quatre thèmes sont abordés. La gestion budgétaire : bilan et compte de résultat prévisionnels, plan de financement, budget de trésorerie, besoin en fonds de roulement et seuil de rentabilité. Le droit des sociétés : les différentes structures juridiques, le statut de gérant et/ou d'associé, les assemblées générales d'approbation des comptes. Le financement au démarrage et pendant le développement : capital, risques, emprunts, aides à la création, compte courant. La fiscalité : le statut fiscal, impôt sur les sociétés ou impôt sur le revenu, les différentes taxes, le statut spécifique de la Jeune Entreprise Innovante.

- **Droit des technologies de l'information et de la communication**

CM : 12h ; TD : 6h

Coefficient : 1.5

Les activités qui se déploient autour des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) font appel à de multiples contraintes d'ordre juridique. L'objectif de ce cours est triple : montrer que le développement des TIC a contribué à l'adaptation des textes classiques et à la création d'un droit spécifique des technologies qui n'a cessé de se diversifier, expliquer les règles en vigueur et le droit applicable qui gèrent les transactions du commerce électronique et le développement des échanges sur Internet et analyser la confrontation entre le droit général et les branches spécialisées qui a permis l'apparition d'un droit transversal.

Cet enseignement est illustré par des analyses de jurisprudence et d'arrêts spécifiques au domaine de l'informatique. Les thèmes abordés sont : les spécificités des contrats informatiques, quelques délits spécifiques, le commerce électronique, le contenu du site face aux droits d'autrui, la protection du contenu, la CNIL, la dématérialisation et la signature électronique.

○ **Marketing des technologies de l'information et de la communication**

CM : 12h ; TD : 6h

Coefficient : 1.5

Cet enseignement présente la découverte du marketing spécifique des nouvelles technologies : être capable de faire un diagnostic marketing sur un cas réel d'entreprise en TIC et faire le lien entre la partie marketing d'un projet TIC et le reste du Business Plan. Après une introduction sur le thème qu'est ce que le marketing des nouvelles technologies ?, les parties développées sont : stratégie d'entreprise et stratégie marketing spécifique en TIC, connaître les clients, étudier les concurrents, choisir les marchés : segmentation, positionner le produit de nouvelle technologie, comment fixer le prix d'un produit nouvelle technologie, la distribution des produits nouvelle technologie et la communication en nouvelle technologie.