

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ADMINISTRATION GÉNÉRALE DE L'ENSEIGNEMENT
ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE

epos

**Enseignement
de Promotion Sociale**

CONSEIL SUPERIEUR DE L'ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE

Profil professionnel

BACHELIER EN E-BUSINESS

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

SECTEUR	SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION		
DOMAINES D'ETUDES	9	NIVEAU (du Cadre des Certifications)	6
TYPE	COURT	CYCLE	PREMIER
LANGUE (majoritaire)	FRANCAIS	CREDITS	180

Approuvé par le Conseil général de l'Enseignement de Promotion sociale le

BACHELIER EN E-BUSINESS*I. CHAMP D'ACTIVITE*

Le bachelier en e-business est un professionnel du management et des relations marketing et commerciales en ligne, utilisant des outils informatiques et de télécommunication (TIC). Il assure l'interface entre la gestion de l'organisation (entreprise ou organisme), les moyens informatiques et les solutions technologiques de communication. Il affirme ses compétences spécifiques pour appréhender les relations entre acteurs économiques, sociaux, administratifs et commerciaux.

Le bachelier en e-Business apporte à l'organisation un avantage concurrentiel en lui permettant d'être plus efficace grâce à la synergie entre l'utilisation de l'outil informatique et la mise en pratique de ses diverses capacités en matière économique et commerciale. Il possède une vision globale de l'organisation, de ses objectifs, de ses moyens, de son environnement et de ses contraintes et est bien préparé aux exigences de gestion.

Il identifie dans son domaine spécifique les enjeux, les stratégies et les processus impliqués dans la chaîne des valeurs : achats électroniques, logistique, service à la clientèle, relations avec les partenaires, ... Il contribue à leur élaboration et à leur amélioration dans le cadre de la stratégie définie par le management.

Il intervient tant sur des dimensions opérationnelles de l'organisation (marketing, business plan...), que sur le design et le contenu éditorial des sites et sur les aspects techniques du projet. Il développe le commerce en ligne grâce à une analyse spécifique du comportement du consommateur sur ce marché et son savoir-faire technique associé au web. Il gère les projets, coordonne l'implémentation des solutions retenues et vise à l'amélioration du fonctionnement de l'organisation.

Il utilise les techniques de communication écrite et orale, y compris dans une autre langue utilisée habituellement dans le cadre de ses activités. Il assure la promotion des nouvelles technologies de l'information et de la communication au sein de l'organisation. Il joue le rôle d'interface entre les mondes de la gestion et de l'informatique.

Il applique les principes économiques, financiers et juridiques liés à sa fonction et à la vente en ligne et mesure les responsabilités de chacun des acteurs intervenants.

II. TACHES

- ◆ Poser un diagnostic sur l'organisation afin de pouvoir en recenser les forces, les faiblesses, les risques et opportunités dans le but de proposer des actions d'amélioration de l'organisation, de la commercialisation et de la communication dans le domaine de l'e-business ;
- ◆ Identifier, développer, améliorer les processus impliqués dans la chaîne des valeurs ;
- ◆ Traiter statistiquement, interpréter et synthétiser des informations relatives aux consommateurs, au marché et à la concurrence ;
- ◆ Vulgariser les informations relatives à son champs d'activité ;
- ◆ Utiliser les différents outils informatiques de gestion, notamment orientés digital, et de communication ;
- ◆ Participer aux différentes étapes du développement d'un projet e-business ;
- ◆ Appliquer les principaux concepts du management et de la gestion « orientée clients », en prévoir les analyses et démarches ;
- ◆ Appliquer les principes de marketing et de logistique aux projets e-business ;

- ◆ Identifier et documenter les flux d'informations de l'entreprise ;
- ◆ Elaborer le cahier de charges des e-projets et en évaluer les aspects financiers et la faisabilité technique ;
- ◆ Proposer des solutions TIC appropriées aux besoins de l'organisation ;
- ◆ Conseiller l'organisation dans ses démarches d'intégration e-business ;
- ◆ Coordonner la mise en œuvre des solutions e-business retenues ;
- ◆ Analyser les processus de l'organisation liés à son champs d'activité et suggérer des améliorations ;
- ◆ Rédiger des rapports ou comptes rendus et en faire des présentations efficaces et adaptées au public, tant en français que dans une autre langue utilisée habituellement dans le cadre de ses activités ;
- ◆ Appliquer les principes économiques, financiers et juridiques liés aux activités e-business.

III. DEBOUCHES

- ◆ département d'études et département commercial ou de marketing des organisations et des entreprises publiques ou privées,
- ◆ responsable de PME,
- ◆ consultant salarié ou indépendant,
- ◆ porteur de projets,
- ◆ ...