



Federation for **ED**ucation in **EU**rope  
Fédération Européenne Des Ecoles

# Bachelor européen

## E-commerce

[www.fede.education](http://www.fede.education)  
version 0321



OING dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe - OING dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie  
Registre de transparence de l'Union européenne - 313869925841-90 - FEDE, 114 rue du Rhône, Genève, Suisse - RC Genève : CHE-109.997.364





Federation for **ED**ucation in **EU**rope  
Fédération Européenne Des Ecoles

### **Fédération Européenne Des Écoles** **Federation for EDucation in Europe** **FEDE**

La FEDE est une Organisation Internationale Non Gouvernementale (OING), institution supranationale, créée en Suisse en 1963, dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe et du statut consultatif auprès de la Francophonie.

Elle fédère un réseau international de plus de 500 établissements d'enseignement supérieur et professionnel, dans 35 pays et sur 4 continents qui partagent un projet commun d'excellence académique, d'innovation pédagogique, de recherche scientifique et d'ouverture au monde.

La FEDE délivre plus de 150 diplômes et certificats européens accessibles en français et en anglais, pour certains en plusieurs langues européennes (espagnol, allemand, italien, roumain etc.), du Foundation Degree, Bachelor européen, Mastère européen, MBA européen, jusqu'au DBA Doctorate of Business Administration.

La FEDE rassemble un réseau international de plus de 200 000 personnes.

## SOMMAIRE

<b>PRESENTATION</b>	<b>6</b>
Contexte	6
Objectifs et compétences	6
Perspectives d'emploi	6
VAE – Validation des Acquis de l'Expérience	6
Bibliographie	7
<b>UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS</b>	<b>8</b>
<b>ARCHITECTURE DU DIPLOME FEDE</b>	<b>9</b>
<b>UC D31</b>	<b>11</b>
Expertise professionnelle	11
A. Formation	11
B. Évaluation	15
C. Coefficient et ECTS	15
<b>UC D32</b>	<b>16</b>
Epreuve Professionnelle de Soutenance	16
A. Objectifs	16
B. Stage ou Projet tutoré	16
C. Évaluation	16
D. Coefficient et ECTS	20
<b>UC D33</b>	<b>21</b>
Contrôle continu	21
A. Objectifs	21
B. Évaluation	21
C. Coefficient et ECTS	21
<b>UC B31</b>	<b>23</b>
Langue Vivante Européenne 1	23
A. Objectif	23
B. Formation	23
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE	24
D. Évaluation	24
E. Coefficient et ECTS	26
<b>UC A2</b>	<b>28</b>
Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	28
A. Objectifs	28
B. Formation	28
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE	30
D. Évaluation	30
E. Coefficient et ECTS	30
<b>UC A3</b>	<b>31</b>
Le management interculturel et les ressources humaines	31
A. Objectifs	31
B. Formation	31
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE	34
D. Évaluation	34
E. Coefficient et ECTS	34



## LEXIQUE

**UC** : Unité Capitalisable

**UE** : Unité d'Enseignement

**ECTS** : Le terme ECTS signifie *European Credits Transfer System* en anglais, soit système européen de transfert et d'accumulation de crédits

**CECRL** : Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues

**LV** : Langue Vivante

## PRESENTATION

### Contexte

Le e-commerce est l'un des secteurs d'activité les plus dynamiques de ces dernières années. Conjuguant des croissances annuelles à deux chiffres et un nombre croissant d'ouverture de boutiques en ligne, le e-commerce est devenu incontournable. En 2019, le secteur devrait d'ailleurs dépasser la barre symbolique des 100 milliards d'Euros de chiffre d'affaires dans un pays comme la France.

Le métier de responsable e-commerce a beaucoup évolué ces dernières années du fait d'un secteur en constante évolution : prédominance des moteurs de recherches, explosion de l'usage des médias sociaux, création de géants de la vente en ligne, accroissement massif des investissements dans la technologie à travers la big data... Faire du e-commerce nécessite désormais des compétences aussi variées que complexes.

Dans ce contexte de professionnalisation, la formation reste un impondérable pour acquérir les compétences théoriques et pratiques nécessaires à la gestion d'une boutique en ligne. C'est tout l'objectif de ce Bachelor Européen en E-commerce : former les managers e-commerce de demain.

### Objectifs et compétences

- Appréhender l'environnement technique et fonctionnel d'un site e-commerce
- Connaître et maîtriser les différents leviers d'acquisition de trafic d'un site e-commerce
- Maîtriser le cadre légal qui encadre la vente en ligne
- Connaître et maîtriser les méthodes de projet e-commerce
- Connaître les indicateurs de performances d'un site e-commerce et savoir les analyser
- Maîtriser les bonnes pratiques liées à la conversion et la fidélisation e-commerce

### Perspectives d'emploi

Détenir un Bachelor européen de la FEDE, c'est bénéficier de nouvelles opportunités et d'un réseau professionnel international.

Le Bachelor européen E-commerce prépare les futurs professionnels des écoles FEDE aux fonctions de :

- Responsable e-commerce
- Consultant(e) e-commerce
- Directeur(trice) digital
- Chef de projet e-commerce
- Chargé(e) de webmarketing
- Chef de produit e-commerce

### VAE – Validation des Acquis de l'Expérience

La Validation des Acquis de l'Expérience est une démarche volontaire pour toute personne souhaitant obtenir une certification en validant son expérience sans nécessairement suivre une formation. Une seule condition : avoir au moins 1 an d'expérience en lien direct avec la certification choisie.

Le Bachelor européen E-commerce est accessible par la VAE.

La VAE demandant une réflexion et un travail personnel important, il est essentiel de bien constituer le dossier qui démontrera l'expérience et les compétences du demandeur. La FEDE propose un accompagnement personnalisé.

### Bibliographie

- Bernard Eben, *E-commerce : Tout savoir avant de créer une boutique en ligne*, Paris : Eyrolles, 2018
- Guillaume Eouzan, Charlotte Michalon, Jérémie Dupuis, *Webmarketing - Définir, mettre en pratique et optimiser sa stratégie digitale*, Saint-Herblain : Éditions ENI, 2017
- Thierry Pires et Emmanuelle Stioui, *M-commerce – Construire et piloter sa stratégie commerciale sur mobile*, Malakoff : Dunod, 2016
- Olivier Andrieu, *Réussir son référencement web – Stratégie et techniques*, Paris : Eyrolles, 2018
- Samuel Bielka, *Le guide du Community Manager - Techniques avancées et boîte à outils pour une communication digitale réussie*, Le Mans : Gereso édition, 2018
- Pierre-Henri Coffinet, Noëlle Amir, *Certification Google Adwords - Principes fondamentaux : les bases de la publicité*, Saint-Herblain : Éd. ENI, 2014
- Olivier Meyer, *Web Analytics – Les meilleures pratiques pour optimiser les performances*, St Herblain : Éditions ENI, 2016

## UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS

	Liste des unités capitalisables	Contenu	Horaires indicatifs en face à face pédagogique
Épreuves obligatoires	<b>UE D</b> UC D31	Expertise professionnelle	245 à 305 h
	UC D32	Stage ou projet tutoré	12 semaines
	UC D33	Contrôle continu	-
	<b>UE B</b> UC B31*	Langue vivante européenne 1 <i>Utilisateur indépendant</i>	60 à 80 h
	<b>UE A</b> UC A2	Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	20 à 30 h
	UC A3	Le management interculturel et les ressources humaines en Europe	20 à 30 h
Épreuves facultatives	UC B32*	Langue vivante 2 <i>Utilisateur indépendant</i>	
	UC B33*	Langue vivante 3 <i>Utilisateur indépendant</i>	

\* Le référentiel d'examens est commun pour toutes les langues vivantes européennes.

Les étudiants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- Langue vivante 1 : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- Langues vivantes 2 et 3 : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

**NB.1 Attention :** les langues vivantes choisies par le candidat doivent être différentes de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel. Exemple : si les épreuves européennes et professionnelles sont passées en français, les langues vivantes choisies ne peuvent pas comprendre le français.

**NB.2 Attention :** les horaires ci-dessus représentent les heures de face à face pédagogique préconisées (en présentiel ou en distanciel) et doivent être complétées par les heures de travail personnel de l'apprenant.

## ARCHITECTURE DU DIPLOME FEDE

Bachelor européen E-commerce				Temps plein, temps partiel, alternance		Formation tout au long de la vie	
Épreuves	U.C.	ECTS	Coeff.	Forme ponctuelle	Durée	Forme ponctuelle	Durée
D3 Expertise Professionnelle	D31	21	7	Épreuve professionnelle écrite	6h00	Épreuve professionnelle écrite	6h00
	D32	19	4	Entretien professionnel	0h30	Entretien professionnel	0h30
	D33	2	2	Contrôle continu	-	Contrôle continu	-
B31 Langue Vivante Européenne 1	B31.1	6	2	Ecrit	1 h	Ecrit	1 h
	B31.2	6	2	Oral	45min	Oral	45min
A2 Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	A2	3	1	QCM en ligne	40 min	QCM en ligne	40 min
A3 Le management interculturel et les ressources humaines en Europe	A3	3	2	QCM en ligne	40 min	QCM en ligne	40 min
<b>Total</b>		<b>60</b>	<b>20</b>				
Epreuves facultatives	B32 Langue Vivante 2	B32	6	Écrit + Oral	105 min	Écrit + Oral	105 min
	B33 Langue Vivante 3	B33	6	Écrit + Oral	105 min	Écrit + Oral	105 min

Pour les épreuves facultatives, seuls les points au-dessus de 10/20 sont comptabilisés et comptent double.



**UE D** | Expertise  
Professionnelle

## UC D31

### Expertise professionnelle

#### A. Formation

L'unité capitalisable D31 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Expertise professionnelle** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 245 à 305 heures.

Contenu	Capacités attendues
<b>Stratégie e-commerce : de l'écosystème à la définition d'une stratégie marketing (30 à 40 heures)</b>	
<b>1. Présentation de l'écosystème de la vente en ligne</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Présentation des acteurs majeurs de la vente en ligne</li> <li>Présentation des différentes instances du secteur (fédérations, associations... etc)</li> <li>Présentation du e-commerce, m-commerce, f-commerce, du cross-canal, du drive to store... etc.</li> </ul>	<p><i>Connaître l'environnement du e-commerce et les différentes instances qui régissent ce secteur</i></p> <p><i>Connaître les enjeux de la vente en ligne et son aspect omnicanal</i></p>
<b>2. Définition d'une stratégie marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Présentation des enjeux et de la méthodologie d'identification de l'objectif de l'entreprise et du site de vente en ligne</li> <li>Présentation des enjeux et de la méthodologie de réalisation d'un diagnostic stratégique de l'entreprise et de son site e-commerce</li> <li>Présentation des outils d'aide à la décision (Matrice SWOT, Porter... etc)</li> </ul>	<p><i>Savoir identifier les objectifs d'une entreprise et de son site de vente en ligne</i></p> <p><i>Connaître l'intérêt de réaliser un diagnostic stratégique et savoir utiliser les outils permettant de le réaliser</i></p>
<b>3. La segmentation et les stratégies concurrentielles</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Présentation des concepts de segmentation marketing et stratégique</li> <li>Présentation et méthodologie pour identifier et définir les domaines d'activité stratégique d'un site e-commerce</li> <li>Méthodologie pour définir un positionnement marketing et la création de valeur d'un site e-commerce</li> </ul>	<p><i>Connaître les enjeux des segmentations marketing et stratégique et savoir les réaliser</i></p> <p><i>Savoir identifier les DAS d'un site e-commerce pour définir le positionnement marketing à adopter</i></p> <p><i>Savoir définir un positionnement marketing pour un site e-commerce et identifier la création de valeur de celui-ci</i></p>
<b>Cadre légal de la vente en ligne (10 à 20 heures)</b>	
<b>1. Législation de protection du consommateur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Loi sur la vente en ligne</li> <li>Législation sur la protection des données personnelles (RGPD)</li> <li>Législation sur la gestion des fichiers clients</li> </ul>	<p><i>Maîtriser les règles de droit encadrant l'activité commerciale sur internet</i></p>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Législation sur les mentions légales</li> </ul> <p><b>2. Législation sur la propriété intellectuelle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Législation sur la propriété intellectuelle d'un contenu (médias ou non)</li> <li>• Législation sur l'utilisation d'un nom de domaine</li> </ul>	
<p><b>Environnement technique et fonctionnel d'un site e-commerce (45 à 55 heures)</b></p>	
<p><b>1. Environnement technique d'une boutique en ligne</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les différents langages de programmations (HTML, CSS, bases de données... etc)</li> <li>• Les plateformes de création de sites (CMS &amp; Solutions SAAS)</li> <li>• Présentation des enjeux liés aux solutions de paiement en ligne</li> <li>• Présentation de l'écosystème de l'hébergement en ligne</li> <li>• Présentation des concepts d'UX et UI design</li> <li>• Présentation du big data et de ses applications opérationnelles e-commerce</li> <li>• Présentation des enjeux liés au responsive design – site AMP – Web apps</li> </ul> <p><b>2. Environnement fonctionnel d'un site e-commerce</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les différents gabarits de page d'une boutique en ligne <ul style="list-style-type: none"> <li>- Page d'accueil</li> <li>- Pages de catégories</li> <li>- Fiche produit</li> <li>- Tunnel de conversion</li> <li>- Autres pages</li> </ul> </li> <li>• Les fonctionnalités indispensables d'un site de vente en ligne <ul style="list-style-type: none"> <li>- Moteur de recherches interne</li> <li>- Tunnel de conversion</li> <li>- Paiement en ligne</li> <li>- Cross-selling &amp; Up-selling</li> </ul> </li> </ul> <p><b>3. Environnement logistique d'un site e-commerce</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recrutement et gestion des fournisseurs</li> <li>• Recrutement des prestataires logistiques (stockage, packaging &amp; envoi)</li> <li>• Gestion du cross-canal</li> </ul>	<p><i>Maîtriser l'environnement technique entourant la création et la gestion d'une boutique en ligne (architecture, langage de programmation, hébergement... etc)</i></p> <p><i>Connaître et identifier avantages/inconvénients des différentes solutions pour créer une boutique en ligne</i></p> <p><i>Connaître les différents concepts liés à l'expérience utilisateur et leurs impacts au niveau technique</i></p> <p><i>Connaître et maîtriser les enjeux et implications techniques liés au responsive design</i></p> <p><i>Connaître et maîtriser les fonctionnalités d'un site marchand (gabarits de pages, fonctionnalités attendues... etc)</i></p> <p><i>Savoir analyser un gabarit de page e-commerce et faire des propositions constructives pour améliorer son efficacité.</i></p> <p><i>Connaître et maîtriser l'environnement logistique lié à la vente en ligne</i></p>
<p><b>Les leviers d'acquisition de trafic d'un site e-commerce (50 à 60 heures)</b></p>	

<p><b>1. Présentation du vocabulaire de l'acquisition de trafic</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction des termes CPC, CPM, CPA...</li> <li>• Différence entre achat d'impulsion et achat de besoin</li> </ul> <p><b>2. Le référencement naturel (SEO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fonctionnement d'un moteur de recherche</li> <li>• Bonnes pratiques liées à l'optimisation d'un site en référencement naturel</li> <li>- Technique : enjeux liés à l'environnement technique du site (responsive design, temps de chargement, progressive webapps...)</li> <li>- Contenu : enjeux liés au contenu du site (mots-clés, méthode de rédaction, contenu dupliqué...)</li> <li>- Notoriété : enjeux liés à la notoriété du site auprès des moteurs de recherche (concepts du trustflow et du citaflow, netlinking...)</li> </ul> <p><b>3. Le référencement payant (SEA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fonctionnement des Search Ads</li> <li>• Bonnes pratiques en matière d'achat de publicités dans les moteurs de recherches</li> </ul> <p><b>4. Les médias sociaux et social ads</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation des différents médias sociaux majeurs</li> <li>• Enjeux d'une présence sur les médias sociaux (acquisition, fidélisation, notoriété...)</li> <li>• Bonnes pratiques d'utilisation des médias sociaux</li> <li>• Focus sur les Social Ads</li> </ul> <p><b>5. Le Display</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation de la norme IAB et des formats publicitaires associés à cette norme.</li> <li>• Présentation de l'environnement du marché du display (Adserver, RTB... etc)</li> <li>• Enjeux liés au display pour un site e-commerce</li> <li>• Bonnes pratiques pour mettre en place une campagne display (a/b testing... etc).</li> </ul> <p><b>6. Les places de marché et affiliation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation du concept de place de marché et des principaux acteurs</li> <li>• Bonnes pratiques pour rendre son offre de produits visible sur les places de marché</li> </ul>	<p><i>Connaître le langage utilisé dans les différents leviers d'acquisition de trafic d'un site e-commerce</i></p> <p><i>Connaître et maîtriser les techniques de référencement d'un site e-commerce dans les moteurs de recherche</i></p> <p><i>Maîtriser les enjeux techniques permettant d'avoir un site e-commerce efficace et répondant aux attentes des moteurs et des internautes</i></p> <p><i>Maîtriser les enjeux liés à la création de contenu pour permettre à un site de répondre aux exigences des moteurs de recherche</i></p> <p><i>Maîtriser les techniques permettant d'améliorer la notoriété d'un site pour les moteurs de recherche</i></p> <p><i>Connaître et maîtriser l'environnement du référencement payant</i></p> <p><i>Maîtriser les outils de création et de gestion des campagnes de publicités dans les moteurs de recherche</i></p> <p><i>Connaître l'environnement et les spécificités des différents médias sociaux</i></p> <p><i>Savoir identifier les médias sociaux qui sont utiles dans une stratégie e-commerce</i></p> <p><i>Maîtriser les bonnes pratiques pour optimiser une présence sur ces médias, que cela soit via des publications naturelles ou sponsorisées</i></p> <p><i>Maîtriser l'environnement technique lié à la publicité en ligne</i></p> <p><i>Connaître les enjeux (intérêts et contraintes des campagnes de publicités display</i></p> <p><i>Savoir identifier les plateformes à utiliser et optimiser les performances des campagnes de display</i></p> <p><i>Maîtriser l'environnement des places de marché influentes et les techniques pour faire des ventes sur les places de marché</i></p>
---	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation de l'affiliation et bonnes pratiques pour créer et animer un réseau d'affiliés.</li> </ul> <p><b>7. Autres leviers d'acquisition de trafic</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relations presse</li> <li>• Les sites référents</li> <li>• Les accès directs</li> <li>• L'inbound marketing</li> </ul>	<p><i>Connaître les enjeux liés à l'affiliation et maîtriser les pratiques pour créer et animer un réseau d'affiliés</i></p> <p><i>Maîtriser les enjeux liés aux relations presse et savoir les utiliser pour en faire bénéficier un site e-commerce</i></p> <p><i>Connaître les enjeux liés aux sites référents ainsi que les bonnes pratiques pour recruter des sites partenaires</i></p> <p><i>Comprendre l'accès direct d'une boutique en ligne et l'analyser</i></p>
<p><b>Méthodes de projet et mesure de la performance (50 à 60 heures)</b></p>	
<p><b>1. Maîtriser les méthodes de gestion d'un projet e-commerce</b></p> <p>Les différentes étapes d'un projet e-commerce (création, évolution, refonte)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les différentes méthodes de gestion de projets (agile, SCRUM...)</li> <li>• Les différents outils utilisés dans la gestion de projet e-commerce</li> </ul> <p><b>2. Mesurer les performances d'un site et piloter la stratégie par la data</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation des différents indicateurs clés de performance (KPIs)</li> <li>• Méthode d'obtention des différents KPIs</li> <li>• Présenter les KPIs pour les diffuser</li> <li>• Présentation des principaux outils d'analytics et de mesure d'audience</li> <li>• Les différentes méthodes de tracking et méthodes d'implémentation (plan de marquage d'un site... etc)</li> </ul>	<p><i>Connaître les différentes méthodes de projets utilisées actuellement en entreprise et maîtriser les différents outils liés à ces méthodes</i></p> <p><i>Connaître les outils de mesure de performances d'un site e-commerce</i></p> <p><i>Connaître les différentes méthodes de tracking du site e-commerce et savoir les implémenter</i></p> <p><i>Savoir récupérer et analyser les différents indicateurs clés de performances</i></p> <p><i>Savoir présenter les performances d'un site à un auditoire non technique / de direction</i></p>
<p><b>Management de la relation client d'un site e-commerce (60 à 70 heures)</b></p>	
<p><b>1. Les indispensables de la conversion d'un site e-commerce</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le e-merchandising (catalogues de produits, moteur de recherche interne...)</li> <li>• Les fonctionnalités et informations clés d'une fiche produit</li> <li>• L'optimisation du tunnel de conversion (scénarios, tunnel d'achat...)</li> <li>• Les techniques de réassurance</li> <li>• Les techniques d'animation commerciale</li> <li>• Les techniques de ventes additionnelles</li> <li>• L'impact du big data sur la conversion e-commerce</li> </ul>	<p><i>Savoir créer et optimiser un catalogue de produits mettant en valeur les produits le composant</i></p> <p><i>Connaître les fonctionnalités clés qui favorisent la conversion d'un site e-commerce</i></p> <p><i>Connaître les techniques qui permettent de mettre l'internaute dans un contexte de confiance favorisant l'achat</i></p> <p><i>Connaître les techniques d'animations commerciales favorisant l'achat d'impulsion des internautes</i></p>



<p><b>2. La fidélisation d'un client sur internet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation de l'environnement d'un CRM e-commerce</li> <li>• Présentation des techniques de fidélisation d'un client sur internet</li> <li>• L'impact du big data et du social CRM sur le cycle de vie d'un client</li> </ul> <p><b>3. Le m-commerce, la clé d'un commerce en ligne efficace</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation des enjeux du m-commerce : chiffres clés, écosystème... etc</li> <li>• Présentation des techniques marketing permettant la conversion et la fidélisation des mobinautes</li> <li>• Présentation des bonnes pratiques du e-commerce</li> </ul> <p><b>4. L'omnicanal et le drive to store, les tendances actuelles du commerce en ligne</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation des enjeux liés à l'omnicanal et au drive to store pour un site e-commerce</li> <li>• Les bonnes pratiques pour avoir une stratégie omnicanale et drive to store efficace</li> </ul>	<p><i>Connaître les enjeux liés au big data pour une boutique en ligne</i></p> <p><i>Connaître les enjeux et l'environnement technique entourant la mise en place et l'utilisation d'un e-CRM</i></p> <p><i>Connaître les meilleures techniques pour fidéliser un client et savoir les mettre en place sur une boutique en ligne</i></p> <p><i>Connaître les enjeux du commerce sur mobile et les bonnes pratiques pour adapter un site e-commerce au format mobile</i></p> <p><i>Connaître les différentes techniques pour optimiser la conversion et la fidélisation mobile</i></p> <p><i>Connaître les enjeux de l'omnicanal et du drive to store</i></p> <p><i>Connaître et savoir mettre en place les bonnes pratiques pour une stratégie cross-canal efficace</i></p>
--	---

## B. Évaluation

**Forme de l'épreuve :** Étude de cas

**Durée :** 6 heures

**Barème :** 120 points

A partir d'un cas concret, conçu à l'aide de données réelles, le candidat doit analyser des situations et résoudre des problèmes de E-commerce.

Il devra mettre en œuvre ses qualités d'analyse, ses qualités d'argumentation, et pouvoir mobiliser ses connaissances et savoir-faire pour le compte de la société qu'il représente, tout en maximisant la marge au profit de celle-ci.

Au-delà du contrôle de connaissances, cette épreuve doit mettre en évidence les qualités d'analyse et de synthèse du candidat, le réalisme et la cohérence de ses propositions et permettre de vérifier ses qualités de communication professionnelle.

L'utilisation de la calculatrice est autorisée.

## C. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 7 et permet de capitaliser 21 ECTS.

## UC D32

### Epreuve Professionnelle de Soutenance

#### A. Objectifs

La pédagogie doit faire une large place à l'initiative de l'étudiant et à son travail personnel pour mettre en œuvre les connaissances et les compétences acquises. À cette fin, le stage ou projet tutoré implique l'élaboration d'un mémoire qui donne lieu à une soutenance orale.

Le Bachelor européen réalise une mise en contact réelle de l'étudiant avec le monde du travail de manière à lui permettre d'approfondir sa formation et son projet professionnel et de faciliter son insertion dans l'emploi.

Une partie de la formation peut être accomplie à l'étranger dans le cadre d'une convention.

#### B. Stage ou Projet tutoré

##### Stage

**Durée** : 12 semaines

**Contenu** : Réalisation d'une ou plusieurs actions en rapport avec le domaine du e-commerce, l'utilisation du ou des systèmes d'information de l'Entreprise d'accueil, ses fonctionnalités, leur paramétrage, le recueil des données issues de ce SI,...

**Capacités attendues** : Appréhender les réalités d'une activité dans le domaine du e-commerce

Ou

##### Projet tutoré

**Durée** : ¼ du volume de la formation, hors stage

**Contenu** : Dans le cadre d'un travail individuel ou collectif, réalisation d'un mémoire retraçant l'ensemble des actions menées pour la mise en œuvre des techniques professionnelles du e-commerce, validée en début d'année par le tuteur enseignant

**Capacités attendues** : Mettre en œuvre une stratégie permettant la réalisation effective d'une action dans le domaine du e-commerce ; savoir utiliser les principales fonctionnalités, leur paramétrage et l'extraction de données simples à partir du SI de l'Entreprise

#### C. Évaluation

L'épreuve professionnelle de soutenance permet de valider les capacités du candidat à mener un projet professionnel, à développer une problématique dans un document écrit et à expliquer et défendre sa démarche devant un jury.

En raison de l'intérêt qu'elle représente dans la formation du candidat, cette épreuve est obligatoire.

#### 1. Modalités de préparation

Quel que soit le pays d'exercice, l'élaboration du document écrit peut s'appuyer sur différentes modalités d'expériences formatives :

- Soit un stage en entreprise ;
- Soit un emploi salarié ;
- Soit des travaux plus théoriques.

##### 1.1. Le stage en entreprise

Le stage doit se dérouler pendant la scolarité. Il doit avoir une durée de 12 semaines.

La date et la planification de ce stage sont laissées à la libre appréciation de l'établissement de formation, en accord avec sa propre organisation pédagogique.

Par exemple, le stage peut être scindé en 2 parties ou organisé selon un rythme hebdomadaire propre à l'alternance (n jours en école, n jours en entreprise).

Toutefois, il semble préférable, pour des motifs pédagogiques, que le stage ainsi scindé se déroule dans la même entreprise ou organisation.

Le terrain de stage doit être choisi en fonction des possibilités d'actions professionnelles du candidat, et soumis à l'équipe pédagogique de l'école, qui en valide le bien-fondé et l'adéquation avec le niveau exigé. Il peut s'agir d'une entreprise publique ou privée ou d'une organisation au sens large.

Ce stage donne l'occasion au candidat de déterminer, en relation avec son tuteur en entreprise et, éventuellement, son tuteur-enseignant, les études, les actions ou les missions qui lui seront confiées et qui constitueront la matière de son rapport d'activité.

La production d'un certificat de stage mentionnant la durée, les dates et éventuellement les études ou missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

### 1.2. L'emploi salarié

La préparation du mémoire peut également s'appuyer sur l'expérience professionnelle du candidat, qu'il soit salarié à temps plein ou en alternance, pourvu que la nature de ses activités professionnelles et le niveau de ses responsabilités soient conformes aux spécificités et aux exigences du référentiel de l'examen FEDE présenté.

Dans ce cas, ce sont les missions qui sont confiées au salarié qui deviennent la matière de son rapport d'activité. La production d'un certificat de travail mentionnant la durée, les dates et, éventuellement les études ou missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

### 1.3. Les travaux théoriques

L'obtention d'un stage en entreprise doit constituer la priorité mais les candidats peuvent éventuellement, en accord avec leur établissement de formation, appuyer leur mémoire sur des travaux théoriques.

Dans ce cas, le projet de mémoire est négocié et déterminé en début d'année en concertation avec l'équipe pédagogique et plus spécialement un tuteur-enseignant, qui aura pour rôle de superviser le projet.

#### 1.3.1. Contenu du projet

Dans la mesure du possible, ce projet aura une dimension européenne et sera élaboré en liaison avec une entreprise ou une organisation professionnelle où il pourrait trouver une application.

#### 1.3.2. Rôle du tuteur

Le tuteur est un des enseignants du candidat. En tant que tuteur, son rôle consiste à :

- Suggérer des idées de projet ou d'étude ;
- Valider le projet et négocier avec le candidat l'évolution du projet ;
- Orienter ses recherches bibliographiques et documentaires ;
- Fournir des pistes pour mettre en place des relations avec des entreprises ou des organisations professionnelles ;
- Surveiller la qualité d'ensemble du travail fourni ;
- Participer, le cas échéant au jury d'examen.

## 2. Le rapport d'activité ou le mémoire

Le document écrit présenté par les candidats stagiaires ou salariés est un rapport d'activité. Le document écrit présenté au titre de recherches théoriques est un mémoire.

Ce document écrit constitue une partie du travail évalué par le jury. En tant que tel, il est donc un objet d'évaluation et représente 50% de la note finale.

### 2.1. Le contenu du document écrit

Le document écrit ne doit pas se résumer à un simple descriptif de l'activité du candidat ou à un simple compte rendu de lecture.

Il doit représenter un effort de recherche, d'analyse et d'application concernant un aspect réel et bien délimité de l'activité d'une entreprise (entendue au sens large), dans un contexte économique européen si possible.

L'observation des pratiques de l'entreprise ou de l'organisation et/ou la lecture des ouvrages théoriques en relation avec le sujet doit permettre au candidat de cerner une problématique relative à un contexte précis, et lui donner l'occasion de développer une analyse et des propositions concrètes qu'il doit être capable de justifier.

L'organisation du document écrit est importante, il doit respecter une ordonnance classique, en abordant dans un ordre logique les différentes étapes de l'élaboration du projet, dont voici quelques exemples :

- Introduction ;
- La demande ou la commande ;
- La problématique ;
- L'idée de départ, le projet initial ;
- Les hypothèses de recherche ;
- Les résultats attendus ;
- La méthodologie utilisée ;
- Les arguments du projet, les propositions ;
- L'évaluation, la comparaison avec d'autres projets ;
- La confrontation avec la réalité, le terrain, les entreprises ;
- Les résultats éventuellement obtenus ;
- Les outils de contrôle éventuellement mis en place ;
- Les avantages apportés par le projet ou l'étude.

### 2.2. Présentation du rapport ou du mémoire

Le document écrit sera saisi au traitement de texte et présentera les caractéristiques suivantes :

- Format A4 ;
- Nombre de pages : de l'ordre de 40 pages (plus ou moins 20 %) hors annexes ;
- Impression recto seul ;
- Marges 2,5 cm de chaque côté ;
- Interligne 1,5 ;
- Relié.

Le rapport ou mémoire peut contenir quelques annexes essentielles qui ne doivent pas dépasser un volume maximum de 10 feuilles A4.

La provenance de ces annexes doit être clairement indiquée (document élaboré par le candidat, tiré de telle publication, fourni par l'entreprise...).

La page de titre doit comporter les mentions suivantes :

- Nom et prénom du candidat ;
- Numéro de candidat attribué par la FEDE ;
- Titre éventuel du rapport ou du mémoire ;
- « Examens de la FEDE » ;
- « Rapport d'activité [ou mémoire] présenté à l'épreuve professionnelle de soutenance du diplôme visé de [année] ».

Il devra contenir un sommaire au début, une bibliographie à la fin et éventuellement une table des annexes. Il sera exigé la même rigueur que pour les travaux universitaires en ce qui concerne la présentation des références, des citations, etc.

Il faut prévoir une édition en au moins deux exemplaires, un pour le jury, un pour le candidat.

### 2.3. Délai de fourniture du document écrit

Les rapports d'activités ou mémoires doivent être envoyés en deux exemplaires au centre d'examen (pour transmission au jury) au moins 3 semaines avant le début de la période annoncée pour ce type d'épreuve.

### 3. Déroulement de la soutenance

Le jury est composé d'un enseignant de la spécialité auquel il est adjoint un professionnel. L'épreuve dure 30 minutes. Pas de temps de préparation. La soutenance orale représente 50% de la note finale.

#### 3.1. Exposé théorique (de 10 à 15 min)

Dans un premier temps, le jury invitera le candidat à justifier le choix de son projet ou de son étude et à livrer les conclusions auxquelles il est parvenu.

Ce travail de soutenance ne doit pas conduire le candidat à « lire » son rapport ou mémoire devant le jury. Cette partie de l'épreuve est une évaluation des compétences de communication orale dans un contexte professionnel et technique.

Le candidat s'efforcera donc de retracer, d'une manière construite et raisonnée, son cheminement dans le choix d'un sujet ou d'un projet, les difficultés qu'il a connues et comment il les a surmontées, la place que ce projet a prise par rapport à son projet professionnel global, l'intérêt qu'il a trouvé, le bénéfice qu'il a tiré d'un travail personnel d'élaboration et de recherche, les contacts qu'il a pu nouer à cette occasion avec des professionnels, des organisations, les suites qui seront éventuellement données...

Il devra savoir introduire et conclure son exposé, et maîtriser son temps de parole.

Le candidat peut utiliser à sa guise des documents complémentaires qui ne sont pas dans le document écrit remis au jury et qu'il aura apporté avec lui.

Le candidat a aussi la possibilité d'utiliser les techniques de présentation qu'il juge utiles (par exemple : présentation assistée sur ordinateur...) pourvu qu'il soit autonome dans l'utilisation de ces outils et qu'il reste dans le temps imparti.

Pendant cet exposé de 10 à 15 minutes, le candidat ne sera pas interrompu.

#### 3.2. Discussion avec le jury (15 à 20 min)

Dans un deuxième temps, le jury reviendra sur des aspects plus techniques ou professionnels, notamment sur le contenu du document écrit, et posera les questions suscitées par la lecture de celui-ci.

Toutefois, s'agissant de la partie « soutenance orale » de l'épreuve, le jury évaluera moins la précision et la justesse des éléments de réponse technique fournis que la capacité, de la part du candidat, à maîtriser la situation de communication, à comprendre et à traiter une objection, à organiser un discours, à convaincre...

### 4. Objectifs et critères d'évaluation

Cette épreuve a pour objectif d'évaluer les capacités suivantes (les performances écrites et les performances orales ayant le même poids pour la note finale) :

#### Concernant le document écrit (50% de la note)

Capacités	Critères d'évaluation Le candidat devra être capable de :
1. Aptitude du candidat à communiquer par écrit	• S'exprimer par écrit en respectant les règles de style et l'orthographe de sa langue

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avoir une pensée claire</li> <li>• Organiser sa pensée selon un plan organisé et explicite</li> <li>• Répondre aux exigences de présentation et de contenu qui sont définies dans le référentiel de l'épreuve</li> </ul>
2. Capacité à élaborer une pensée construite sur des problèmes techniques liés au monde de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maîtriser les aspects techniques abordés dans le mémoire et faire preuve d'une véritable autonomie dans les domaines concernés</li> </ul>
3. Capacité à témoigner des compétences professionnelles et savoir-faire attendues d'un étudiant spécialisé dans son domaine et conforme à son niveau	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Démontrer son savoir-faire professionnel dans un contexte technique lié à sa spécialité et conforme au niveau visé</li> </ul>

#### Concernant la soutenance (50% de la note)

Capacités	Critères d'évaluation Le candidat devra être capable de :
1. Aptitude du candidat à communiquer oralement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Montrer une présentation générale correcte s'exprimer par oral correctement et clairement</li> <li>• Organiser ses idées</li> <li>• Maîtriser le déroulement de l'épreuve, gérer son temps</li> <li>• Choisir ses arguments</li> <li>• Convaincre</li> <li>• Faire preuve d'écoute active</li> </ul>
2. Capacité à tirer parti, pendant l'exposé et la discussion, de documents de travail professionnels (documentations, catalogues, réalisations personnelles, annexes diverses)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maîtriser parfaitement les documents qu'il apporte</li> <li>• Être à l'aise dans la présentation et l'utilisation de ces documents en tant qu'appui de la communication orale (ce n'est pas la qualité en elle-même des documents qui est évaluée)</li> </ul>
3. Capacité à porter un jugement objectif sur la teneur et le résultat de l'étude ou du projet tutoré	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prendre de la distance et mesurer l'intérêt et le bénéfice personnel et professionnel qu'il a tiré de ses recherches, investigations et contacts avec les entreprises</li> </ul>

#### D. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 4 et permet de capitaliser 19 ECTS.

## UC D33

### Contrôle continu

#### A. Objectifs

Les évaluations sous la forme du contrôle continu sont réalisées par sondage sur les lieux où se déroule la formation par les formateurs eux-mêmes au moment où les apprenants ont atteint le niveau requis ou ont bénéficié des apprentissages nécessaires et suffisants pour aborder une évaluation certificative. Parce qu'il se déroule pendant la formation et non au début ni à l'issue de celle-ci, le contrôle continu permet de rétroagir sur la formation par la production de synthèses qui aident l'apprenant à se situer dans sa formation et sont une source de motivation. Le contrôle continu évalue les compétences, les connaissances, les savoirs et savoir-faire.

#### B. Évaluation

Le contrôle continu peut être mis en œuvre avec une relative souplesse, avec l'objectif d'au moins quatre situations d'évaluations par an. La moyenne des notes obtenues constitue la note finale de l'UC D33.

Le contrôle continu porte sur tous les modules de l'UC D31 qui peuvent faire l'objet au cours de l'année d'évaluations sous la forme de dossiers réalisés en travaux dirigés ou en travail individuel, de QCM, de présentations orales et d'exposés, de mises en situation professionnelle, de projets professionnels, de démarches expérimentales, etc.

De façon générale, l'UC D33 permet également de prendre en compte l'implication et l'assiduité de chaque apprenant dans la formation.

#### C. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 2 et permet de capitaliser 2 ECTS.

**UE B** | Langue Vivante  
Européenne

## UC B31

### Langue Vivante Européenne 1

### Utilisateur indépendant – Niveau B1 du CECR

Le référentiel de cette unité d'enseignement est commun pour toutes les langues vivantes, qu'il s'agisse d'une langue vivante 1 (UC B31), langue vivante 2 (UC B32) ou langue vivante 3 (UC B33).

Les étudiants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- **Langue vivante 1** : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- **Langues vivantes 2 et 3 (facultatives)** : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais

La langue Vivante choisie par le candidat doit être différente de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel.

#### A. Objectif

Acquérir le niveau B1 écrit et oral de maîtrise d'une langue européenne.

#### B. Formation

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 60 à 80 heures.

#### Utilisateur Indépendant, Niveau B1 du Cadre Européen Commun de Référence du Conseil de l'Europe

Écouter	Je peux comprendre les points essentiels quand un langage clair et standard est utilisé et s'il s'agit de sujets familiers concernant le travail, l'école, les loisirs... Je peux comprendre l'essentiel de nombreuses émissions de radio ou de télévision sur l'actualité ou sur des sujets qui m'intéressent à titre personnel ou professionnel si l'on parle d'une façon relativement lente et distincte.
Lire	Je peux comprendre des textes rédigés essentiellement dans une langue courante ou relative à mon travail. Je peux comprendre la description d'événements, l'expression de sentiments et de souhaits dans des lettres personnelles.
Prendre part à une conversation	Je peux faire face à la majorité des situations que l'on peut rencontrer au cours d'un voyage dans une région où la langue est parlée. Je peux prendre part sans préparation à une conversation sur des sujets familiers ou d'intérêt personnel ou qui concernent la vie quotidienne (par exemple famille, loisirs, travail, voyage et actualité).
S'exprimer oralement en continu	Je peux m'exprimer de manière simple afin de raconter des expériences et des événements, mes rêves, mes espoirs ou mes buts. Je peux brièvement donner les raisons et explications de mes opinions ou projets. Je peux raconter une histoire ou l'intrigue d'un livre ou d'un film et exprimer mes réactions.
Écrire	Je peux écrire un texte simple et cohérent sur des sujets familiers ou qui m'intéressent personnellement. Je peux écrire des lettres personnelles pour décrire expériences et impressions.

### C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE

La FEDE met à la disposition des écoles et des étudiants de très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

### D. Évaluation

#### UC B31.1 – Langue Vivante Européenne 1 (Epreuve écrite)

Nota : aucun dictionnaire n'est autorisé.

**Durée** : 1 heure

#### 1. Compréhension écrite

Étude de deux textes de 150 à 250 mots accompagnés de questions écrites.

1er texte : 4 questions  
2ème texte : 4 questions  
Total : 8 questions

#### 2. Connaissances lexicales et grammaticales

Questionnaire de connaissances lexicales et grammaticales (portant sur les textes et/ou sur les thèmes du programme).

Lexique : 12 questions  
Grammaire : 12 questions  
Total : 24 questions

Les réponses à ces 32 (8 + 24) questions seront reportées par le candidat sur une feuille type QCM fournie par la FEDE.

#### 3. Courrier

Rédaction d'un courrier (lettre, fax, mail ou mémo) dans la langue étrangère choisie par le candidat à partir d'un canevas fourni dans cette même langue étrangère, éventuellement en réaction à un document fourni dans l'énoncé (publicité, offre d'emploi, courrier).

Il s'agit essentiellement de tester les capacités de l'étudiant à rédiger et à élaborer une réponse correcte et logique en utilisant des « phrases simples visant à satisfaire des besoins simples et concrets ».

Nombre de mots : de 100 à 150 ; la présentation ne fera pas l'objet de notation, mais pourra contribuer à l'évaluation (sous forme de bonus par exemple).

#### Barème :

QCM : 3 points pour une bonne réponse, 0 pour non-réponse ou réponse erronée.  
Compréhension écrite (8 questions x 3) : 24 points  
Test lexical (12 questions x 3) : 36 points  
Test grammatical (12 questions x 3) : 36 points  
Courrier : 24 points  
Total : **120 points**

**UC B31.2 – Langue Vivante Européenne 1 (Epreuve orale)**

Nota : aucun dictionnaire n'est autorisé.

**Durée** : 45 minutes

**Préparation (25 min)**

Le candidat tire au sort un document iconographique parmi un choix de 6 à 12 documents et doit préparer une présentation et un commentaire en réaction à ce document.

Le document iconographique est une photographie, un dessin, un graphique ou un montage de plusieurs de ces éléments portant sur les thèmes du référentiel et des sujets d'actualité s'y rapportant.

Le candidat peut prendre des notes mais uniquement comme support d'oral ; toute lecture mot à mot in extenso sera sanctionnée.

**Passation (20 min)****1. Présentation et commentaire**

Présentation et commentaire par le candidat du document iconographique.

L'examinateur doit laisser au candidat le temps de s'exprimer seul afin de juger de la logique du discours.

**2. Entretien**

Entretien entre l'examinateur et le candidat sur le document.

**3. Test de compréhension orale**

L'examinateur lit au candidat un texte de 150 mots maximum (portant sur les thèmes du référentiel et sujets d'actualité s'y rapportant) et lui pose 6 questions de compréhension.

Les questions sont posées au fur et à mesure de la lecture du texte ; chaque passage n'est lu qu'une seule fois. La prise de notes est autorisée (l'exercice porte sur la compréhension et non sur la mémorisation au sens strict).

**4. Entretien**

Entretien sur la spécialité professionnelle du candidat (expérience acquise ou en cours, projet tutoré, spécialisation présente et future...)

**Liste des thèmes de l'épreuve de Langue Vivante****1. L'Europe**

- La citoyenneté européenne ;
- Les institutions politiques européennes (Il s'agit d'entraîner les élèves à la compréhension et à l'utilisation d'un vocabulaire spécifique et non de reprendre le cours préparant à l'UE A).

**2. Le monde du travail (vu d'une manière générale)**

- Les relations humaines ;
- Les aspects sociaux (aménagement du temps de travail / formation / conflits / délocalisation...);
- Les conditions de travail dans le(s) pays européen(s) de la LV (Langue Vivante) choisie par l'étudiant.

**3. Économie générale**

- La monnaie et les marchés financiers ;
- La mondialisation.

**4. Vie pratique**

- Lettre d'entreprise : demande de renseignements, proposition, commande, réservation... (Le but est de rester dans une utilisation de base, commune à tout poste occupé dans l'entreprise, l'épreuve étant commune à tous les Bachelors Européens) ;
- Offres d'emploi (lecture et réponse) ;
- Le téléphone : expressions-types / appels / réceptions d'appels...

**5. Communication**

- Relations publiques, publicité ;
- Nouveaux moyens technologiques de communication.

- 6. Arts, culture et patrimoine**
- Histoire, civilisations et sociétés ;
  - Grands courants de pensées.
- 7. Sujets d'actualité**
- Grands sujets de politiques européennes et internationales ;
  - Sujets de société : environnement, santé...

**Notation de l'épreuve orale - Capacités évaluées :**

1- Facultés d'expression - Aisance	20 pts
2- Compréhension orale (situation d'entretien et test de compréhension)	30 pts
3- Adéquation et richesse du vocabulaire	20 pts
4- Correction grammaticale	20 pts
5- Organisation logique du discours	20 pts
6- Capacité à analyser et à argumenter sur les sujets abordés	10 pts
<b>Total</b>	<b>120 pts</b>

**E. Coefficient et ECTS**

L'épreuve écrite UC B31.1 vaut coefficient 2 et permet de capitaliser 6 ECTS.

L'épreuve orale UC B31.2 vaut coefficient 2 et permet de capitaliser 6 ECTS.

# UE A | Culture et Citoyenneté Européennes

## UC A2

### Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action

#### A. Objectifs

- Comprendre le modèle européen et ses particularités, aux plans historique et culturel ;
- Acquérir des connaissances précises sur les institutions européennes et leur fonctionnement ;
- Comprendre le modèle européen d'un point de vue réglementaire et juridique ;
- Acquérir un ensemble de savoirs nécessaires pour envisager la création d'une activité économique dans un pays de l'Union européenne.

#### B. Formation

L'unité capitalisable A2 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 20 à 30 heures.

Contenu	Capacités attendues
<b>Chapitre 1 : Géopolitique de l'Europe</b> → Fiches CCE soumises à évaluation : 1, 2, 3	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Géographie : le continent européen, un isthme avec des limites naturelles et conventionnelles</li> <li>• Identité européenne façonnée par l'histoire depuis 2000 ans à partir des socles hellénique, romain et judéo-chrétien</li> <li>• Identité européenne portée par de grands mouvements de pensée (Renaissance au XV<sup>ème</sup> siècle, Humanisme au XVI<sup>ème</sup> siècle, Lumières au XVIII<sup>ème</sup> siècle, Romantisme au XIX<sup>ème</sup> siècle)</li> <li>• Le principe des Etats Nations au XIX<sup>ème</sup> siècle et début XX<sup>ème</sup> siècle prend le pas sur l'idée européenne</li> <li>• La renaissance de l'idéal européen aux lendemains de la seconde guerre mondiale</li> <li>• Des critères géopolitiques mais surtout politiques et culturels au cœur de la construction européenne depuis la seconde guerre mondiale</li> </ul>	<i>Connaître la géopolitique et l'histoire de l'Europe pour aborder, comprendre, analyser l'actualité européenne et pour mesurer les enjeux et défis de la construction européenne</i>
<b>Chapitre 2 : Histoire contemporaine de la construction européenne</b> → Fiches CCE soumises à évaluation : 4, 5, 6 → Fiche CCE hors-évaluation : 7	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les prémices de la construction européenne de 1945 à 1949</li> <li>• La formation de l'Europe communautaire entre 1946 et 1956</li> <li>• La CEE entre 1957 et 1968</li> <li>• Elargissement et Approfondissement : accélération de deux processus de 1969 à 2000</li> <li>• L'élargissement entre 2004 et 2013</li> <li>• La philosophie politique européenne sur les élargissements de 2003 à nos jours</li> </ul>	<i>Connaître l'histoire contemporaine de la construction européenne à travers notamment les procédés et les moyens mis en œuvre par l'Union européenne (UE) pour répondre aux défis politiques européens et méditerranéens mais également aux défis de la mondialisation</i>

**Chapitre 3 : Le fonctionnement de l'Union européenne**

- ➔ Fiches CCE soumises à évaluation : 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22
- ➔ Fiche CCE hors-évaluation : 19

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les 6 Traités européens           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apports et nature dominante</li> </ul> </li> <li>• Le Droit de l'Union européenne (UE)           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition</li> <li>- Sources du Droit communautaire</li> <li>- Fondements de l'UE : principes et implications (primauté, subsidiarité, attribution des compétences) - répartition des compétences avec les domaines d'action               <ul style="list-style-type: none"> <li>- valeurs démocratiques - économie de marché - 5 libertés fondamentales</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Les 7 Institutions et les 4 principaux Organes européens           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fonctionnement et objectifs</li> <li>- Interactions entre eux</li> <li>- Interventions du citoyen européen</li> </ul> </li> <li>• Les droits du citoyen européen           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Protection des Droits de l'Homme (la CEDH de 1950 du Conseil de l'Europe et la Charte des droits fondamentaux de 2000 de l'Union européenne)</li> <li>- Droits liés à la citoyenneté européenne</li> </ul> </li> </ul>	<p><i>Connaître et comprendre le Droit de l'Union (ou Droit communautaire) : ce qu'il recouvre et de quelle manière, son fonctionnement et ses rouages, sa protection de plus en plus accrue vis-à-vis du citoyen européen, et ce qu'il implique pour aujourd'hui et pour demain</i></p> <p><i>Comprendre et assimiler le transfert ou le partage volontaire de la souveraineté des Etats à l'UE qui les représente</i></p> <p><i>Intégrer l'objectif pratique : savoir utiliser les principes de l'UE dans l'environnement personnel ou professionnel (par tous citoyens européens, étrangers, étudiants, professionnels installés en Europe ou à l'étranger)</i></p> <p><i>Comprendre que le citoyen (dans son acception la plus large) est le destinataire final des règles édictées par l'UE</i></p> <p><i>Comprendre que les règles et les droits issus de l'UE et du Conseil de l'Europe sont protecteurs des intérêts du citoyen</i></p>
--	---

**Chapitre 4 : Enjeux, défis et avenir de la construction européenne**

- ➔ Fiche CCE soumise à évaluation : 23

<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'avenir de l'UE conditionné par les défis européens et mondiaux</li> <li>• Son avenir : Union fédérale ? Union resserrée à cercles concentriques ? Union de libre-échange ? Reprise totale de la souveraineté des Etats ?</li> </ul>	<p><i>Mesurer les enjeux et défis européens et mondiaux (drogue, immigration, populisme...) pour mieux cerner les desseins à venir de la construction européenne</i></p>
--	--

**Chapitre 5 : L'Union européenne, l'Europe et le monde**

- ➔ Fiches CCE soumises à évaluation : 24, 26, 27, 28, 29
- ➔ Fiches CCE hors-évaluation : 25, 30, 31

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les Organisations internationales           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le Conseil de l'Europe</li> <li>- L'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE)</li> </ul> </li> <li>• Les OING et leur rôle</li> </ul>	<p><i>Comprendre le Conseil de l'Europe et l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) fondées sur les valeurs communes que sont la démocratie, la prééminence du droit et le respect des droits de l'homme</i></p> <p><i>Appréhender le rôle participatif et contributif des OING aux débats politiques européens et internationaux</i></p>
--	---

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les instruments internationaux d'accueil des migrants</li> <li>• La protection des minorités nationales en Europe</li> </ul>	<p><i>Appréhender l'accueil des migrants en Europe à travers certains instruments internationaux à l'échelon mondial, international et européen</i></p> <p><i>Appréhender la difficile conciliation de la reconnaissance et de la garantie des droits aux minorités nationales par l'Europe avec les droits inaliénables de l'homme et les systèmes politiques et juridiques de certains Etats</i></p>
<p><b>Chapitre 6 : Focus sur la corruption – Module construit en partenariat avec le GRECO</b></p> <p>→ Fiches CCE soumises à évaluation : 32, 33</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir la corruption</li> <li>• Les différentes formes de corruption</li> <li>• Cartographier et mesurer la corruption</li> <li>• Les causes de la corruption</li> <li>• Endiguer la corruption</li> <li>• Les standards internationaux de lutte contre la corruption</li> </ul>	<p><i>Appréhender les conséquences de la corruption</i></p> <p><i>Connaître les termes spécifiques du vocabulaire de la lutte contre la corruption</i></p> <p><i>Distinguer les moyens de lutte contre la corruption, en aval et en amont</i></p> <p><i>Appréhender les enjeux de la dimension internationale de la lutte contre la corruption</i></p>

### C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE

La FEDE met à la disposition des écoles et des étudiants :

- 32 fiches de synthèse comportant des outils d'auto-évaluation pour se préparer à l'épreuve ;
- 2 notes de synthèse distinguant le contenu essentiel à retenir pour l'évaluation ;
- Deux e-books en appui à l'apprentissage : *L'Europe, unicité des valeurs, diversité culturelle* et *La construction européenne, ses institutions dans le cadre international* ;
- De très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

### D. Évaluation

**Forme de l'épreuve** : Questionnaire à Choix Multiples (QCM) en ligne

**Durée** : 40 minutes

**Nombre de questions** : 40 questions

**Nombre de propositions** : 2 à 4 propositions de réponses par question. Une seule proposition est exacte.

**Total de points** : 120

Le barème de notation est le suivant :

- **+ 3 points par bonne réponse**
- **0 point par réponse erronée**
- **0 point par non-réponse**

**NB** : Formation en présentiel : heures d'enseignement réparties selon l'organisation propre à chaque établissement, à la spécialité du diplôme préparé et à la zone géographique du lieu de formation.

### E. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 1 et permet de capitaliser 3 ECTS.

## UC A3

### Le management interculturel et les ressources humaines

#### A. Objectifs

- S'approprier certains codes culturels afin de comprendre leurs impacts dans les relations interpersonnelles ;
- Accompagner et favoriser la mobilité des salariés et des talents afin de leur permettre d'évoluer dans un contexte international.

#### B. Formation

L'unité capitalisable A3 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Le management interculturel et les ressources humaines en Europe** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 20 à 30 heures.

Contenu	Capacités attendues
<b>Partie 1 : Le management interculturel en Europe</b>	
<b>La nature de la culture et ses effets au sein de l'environnement de professionnel</b>	
<b>1. Les grandes composantes de la culture européenne</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bases ethnique, linguistique et religieuse</li> <li>• Fondements économiques, technologiques et politiques</li> <li>• Culture et style de vie</li> <li>• Education et culture</li> </ul>	<i>Analyser l'origine des cultures pour comprendre leur impact sur les valeurs fondamentales de l'individu</i>
<b>2. La gestion d'une équipe multiculturelle</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversité ethnique</li> <li>• Diversité linguistique</li> <li>• Les discriminations</li> </ul>	<i>Comparer les différentes cultures pour comprendre la relation entre la culture et le comportement au travail</i>  <i>Reconnaître la diversité des influences au sein d'une équipe et percevoir les effets de la diversité culturelle</i>  <i>Analyser les filtres culturels et les intégrer dans la gestion des équipes</i>
<b>La communication dans une organisation internationale</b>	
<b>1. Valeurs fondamentales et dimensions culturelles</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Edward T. Hall et les dimensions cachées</li> <li>• Geert Hofstede et les enjeux de la diversité culturelle</li> <li>• L'analyse interculturelle de Fons Trompenaars</li> <li>• Edgar Schein et la notion de culture d'entreprise</li> </ul>	<i>Communiquer pour gérer la diversité culturelle et transformer les différences en atouts pour accroître la performance de l'activité</i>
<b>2. La culture d'entreprise ou d'organisation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La construction des valeurs de l'entreprise</li> <li>• Enjeux éthiques et enjeux d'images</li> <li>• Impact de la culture d'entreprise</li> </ul>	<i>Déterminer les principes de l'identité d'une entreprise pour fédérer les équipes autour de valeurs et d'éléments de langage</i>  <i>Considérer l'impact psychologique de la culture pour le concilier aux objectifs des organisations supranationales</i>

La complexité de la culture et le management des conflits culturels	
<p><b>1. Culture générationnelle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les différences générationnelles</li> <li>• Les effets de leviers des contrastes de motivation</li> <li>• Création et gestion d'équipes transgénérationnelles</li> </ul> <p><b>2. Culture européenne</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'identité européenne : un sentiment diffus travaillé par des influences majeures</li> <li>• Une identité historique collective cohabitant avec des identités locales               <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'Europe et les régions voisines</li> </ul> </li> </ul> <p><b>3. Langue et culture</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'identité culturelle au risque de la diversité linguistique</li> <li>• Langage et pensée : plurilinguisme et multiculturalisme</li> </ul> <p><b>4. La résolution des conflits culturels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proactivité et réactivité</li> <li>• Méthodes et cas particuliers</li> </ul>	<p><i>Distinguer les modes de pensée et la langue des générations pour réunir des équipes multigénérationnelles autour d'un projet commun</i></p> <p><i>Utiliser les différences générationnelles pour garantir la transmission des compétences</i></p> <p><i>Appréhender la place de l'Europe dans le monde par son histoire, ses fondements et son contexte géopolitique pour mesurer les contraintes et opportunités associées</i></p> <p><i>Analyser le marché européen, en différenciant les contextes propres à chaque pays et leurs savoir-faire, afin de rayonner dans le monde</i></p> <p><i>Utiliser des langues et leur dimension culturelle pour intégrer les mécanismes d'échanges culturels, artistiques, économiques</i></p> <p><i>Communiquer et appréhender les différences culturelles en Europe pour construire dans la diversité une pensée convergente</i></p> <p><i>Maîtriser les outils de gestion des conflits culturels et reconnaître la nécessité d'inscrire la démarche de gestion dans un processus long</i></p>
Partie II : Les ressources humaines en Europe	
Les notions essentielles du droit du travail en Europe	
<p><b>1. La hiérarchie des sources du droit</b></p> <p><b>2. La durée du travail en Europe</b></p> <p><b>3. Les salaires en Europe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disparités salariales</li> <li>• Charges sociales et coût du travail</li> </ul> <p><b>4. Mobilité internationale au sein d'une organisation internationale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Détachement : statut et exemple contractuel</li> <li>• Expatriation : statut et exemple contractuel</li> <li>• Transfert : statut et exemple contractuel</li> </ul> <p><b>5. Les métiers au sein des institutions européennes</b></p>	<p><i>Connaître les aspects pratiques et le cadre légal en matière de ressources humaines en Europe pour déployer des mesures liées au droit du travail</i></p> <p><i>Adapter la gestion des RH en fonction des écarts constatés dans les pays européens pour garantir la performance de la structure sur les différents sites d'implantations européens</i></p> <p><i>Gérer les mouvements de personnel pour accompagner le développement d'une organisation à l'international en comprenant l'intérêt et les risques à la fois pour le salarié et l'entreprise</i></p> <p><i>Appréhender les spécificités contractuelles et statutaires des salariés des institutions européennes</i></p>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dans le cadre des institutions de l'Union européenne : métiers, carrières et Service Volontaire Européen (SVE)</li> <li>• Dans le cadre du Conseil de l'Europe : agents permanents et agents temporaires</li> </ul>	
<b>Les formalités d'immigration dans un cadre professionnel</b>	
<p><b>1. Les espaces européens et leurs enjeux respectifs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'Espace Economique Européen</li> <li>• L'Union européenne</li> <li>• L'espace Schengen</li> </ul> <p><b>2.Exemples de formalités administratives par pays</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Allemagne</li> <li>• Belgique</li> <li>• France</li> <li>• Royaume-Uni</li> <li>• Suède</li> </ul>	<p><i>Appliquer et suivre les formalités d'immigration pour accompagner la mobilité internationale et participer au pilotage de projets spécifiques liés à la mobilité des talents</i></p>
<b>Les systèmes de protection sociale en Europe</b>	
<p><b>1. L'émergence de la protection sociale en Europe : nouvelle forme de responsabilité des États envers les citoyens</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Déclaration universelle des Droits de l'Homme et premiers systèmes assurantiels</li> <li>• Organisation Internationale du Travail (OIT)</li> </ul> <p><b>2. Le Conseil de l'Europe et la mobilité des travailleurs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Charte sociale européenne (1961)</li> <li>• Code européen de sécurité sociale (1964)</li> <li>• Les conventions bilatérales et multilatérales de sécurité sociale entre États</li> </ul> <p><b>3. L'Union européenne : des premiers traités à la Carte européenne d'assurance maladie</b></p> <p><b>4. Les tendances actuelles en matière de sécurité sociale en Europe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nouveaux défis</li> </ul>	<p><i>Appréhender les enjeux culturels de la protection sociale en Europe</i></p> <p><i>Mettre en place et respecter les règles de la protection sociale applicables au sein des différents pays d'Europe pour faciliter la mobilité professionnelle et protéger les salariés</i></p> <p><i>Connaître les possibilités de liaison entre régimes des différents pays de l'U.E. pour renforcer l'ouverture à l'internationale de l'entreprise</i></p> <p><i>Comprendre le fonctionnement général des différentes branches de protection sociale dans les pays de l'U.E.</i></p> <p><i>Mettre en place un système de veille des évolutions en matière de règles de la protection sociale en Europe</i></p>

• Variables d'ajustement	
<b>La responsabilité sociale des entreprises (RSE)</b>	
<b>1. LA RSE : définition et enjeux</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Des origines au concept : entre volontarisme et obligation</li> <li>• Définition de la RSE : entre enjeux sociaux et sociétaux</li> </ul>	<i>Comprendre les enjeux liés à la Responsabilité sociale des entreprises en Europe et les envisager comme des leviers d'action pour renforcer l'entreprise</i>
<b>2. Le périmètre de la RSE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lignes directrices</li> <li>• La notion de sphère d'influence</li> <li>• La RSE et les institutions européennes</li> </ul>	<i>Appréhender le rôle de la Responsabilité sociale des entreprises dans la part croissante des enjeux sociaux dans le développement durable aux côtés des enjeux économiques et environnementaux</i>
<b>3. La question sociale au cœur de l'entreprise : les textes de références de la RSE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• RSE et RH, prise en compte des risques psychosociaux</li> <li>• Respect des Droits de l'Homme et lutte contre les discriminations</li> </ul>	<i>Comprendre comment la responsabilité sociale des entreprises impacte la gestion des ressources humaines dans un contexte européen</i>

### C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE

La FEDE met à la disposition des écoles et des étudiants :

- 12 notes de synthèse comportant des outils d'auto-évaluation pour se préparer à l'épreuve ;
- Un e-book en appui à l'apprentissage : *Le Management Interculturel et les Ressources Humaines en Europe* ;
- De très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

### D. Évaluation

**Forme de l'épreuve** : Questionnaire à Choix Multiples (QCM) en ligne

**Durée** : 40 minutes

**Nombre de questions** : 40 questions

**Nombre de propositions** : 2 à 4 propositions de réponses par question. Une seule proposition est exacte.

**Total de points** : 120

Le barème de notation est le suivant :

- **+ 3 points par bonne réponse**
- **0 point par réponse erronée**
- **0 point par non-réponse**

**NB** : Formation en présentiel : Heures d'enseignement réparties selon l'organisation propre à chaque établissement, à la spécialité du diplôme préparé et à la zone géographique du lieu de formation.

### E. Coefficient et ECTS

Ce module vaut coefficient 2 et permet de capitaliser 3 ECTS.





Federation for **E**Ducation in **E**urope  
Fédération Européenne Des Ecoles  
[www.fede.education](http://www.fede.education)

INGO holding participatory status with the Council of Europe  
*OING dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe*  
INGO holding consultative status with La Francophonie  
*OING dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie*

FEDE - Rue du Rhône, 114 - 1204 Genève - SUISSE  
[www.fede.education](http://www.fede.education) - [@fede.education](https://twitter.com/fede)