

## Faculté des Sciences Économiques

*Domaine Sciences juridiques, politiques, économiques et de gestion*

### MASTER INDUSTRIE, SERVICES ET CONCURRENCE

### SPECIALITÉ : SERVICES EN RÉSEAUX

2<sup>ème</sup> année – finalité professionnelle

**Responsables de la formation** : Thierry Pénard (Professeur), Raphaël Suire (Maître de conférences)

#### OBJECTIFS

L'objectif de ce Master professionnel est de former des spécialistes en économie, conseil et management des services en réseaux et e-business. Les industries de réseaux (télécommunications, Internet, postes, informatique, multimédia, transports, énergie) occupent une place croissante dans notre économie. Les profondes mutations technologiques et réglementaires qu'ont connues ces industries (libéralisation et mondialisation des marchés, essor des TIC et de l'e-business) suscitent incontestablement des besoins en expertise économique et juridique. Cette expertise peut être effectuée pour le compte d'opérateurs historiques (France Télécom, EDF, SNCF ...) ou d'agences de régulation créées à cette occasion (ARCEP, CRE,...). Par ailleurs, le contexte concurrentiel oblige les opérateurs de réseaux à être de plus en plus tournés vers leurs clients. Là encore, une demande existe pour des spécialistes en marketing des services en réseaux (notamment en e-marketing), pour la conception et la commercialisation d'offres de services. Les entreprises, des PME aux multinationales, sont de plus en plus utilisatrices des réseaux d'information et de communication, en particulier Internet. Ces réseaux prennent une place centrale dans l'organisation de ces entreprises et dans leurs stratégies de vente (relation avec les clients et fournisseurs, e-business, intranet, extranet). Les entreprises ont donc besoin d'expertise et de compétence économique en interne ou par le biais de cabinets de consultants pour accompagner cette mutation et redéfinir leur stratégie. Enfin, les compétences technico-économiques acquises au sein du master pro trouveront aussi à s'employer au sein de collectivités locales confrontées à la problématique de l'aménagement numérique de leur territoire et de l'évaluation des usages induits.

# MAQUETTE DES ENSEIGNEMENTS

## Module 1 : Fondamentaux sur les réseaux #72h

### Principes économiques des réseaux

Organisation industrielle des services en réseaux, économie de l'information, économie de l'intermédiation, plates-formes et marchés multi-faces (T. Pénard, Pr d'Economie à l'UR1)

### Droit et réglementation des réseaux

Droit des réseaux de communication, droit de l'Internet, droit de la propriété intellectuelle, droit des médias (A. Blandin, MCF en Droit à l'ENST Bretagne, interventions d'avocats spécialisés)

### Applications et expertises sectorielles

Economie de l'énergie, des services postaux, des services d'ingénierie informatique et logicielle et des réseaux de distribution (R. Perrigot, MCF en marketing à l'UR 1, E. Salies, économiste à l'OFCE ; N. Jullien, économiste à l'ENST Bretagne, intervenants professionnels d'EDF, GDF et de la Poste)

## Module 4 : Technologie de l'Information et de la communication #90h

### Economie des télécommunications et de l'Internet

Ingénierie des coûts de réseaux, économie de l'interconnexion, ingénierie de la demande des services et des usages télécom/internet, business plan (T. Pénard, Pr d'Economie à l'UR1 ; M. Bouvier, Bouygues Télécom ; J.S Bedo, France Télécom)

### TIC et territoires

Marketing territorial, clusters et pôle de compétitivité, aménagement numérique du territoire, e-administration, management et évaluation des politiques publiques TIC (R. Suire, MCF en Economie à l'UR1 ; M. Legoff-Pronost, MCF en Economie à l'ENST Bretagne ; J. Vicente, MCF en Economie à l'IEP de Toulouse ; N. Friant, Rennes Métropole, P. Gautier, CG 29, C. Ullmann, CDC)

### Services en ligne et commerce électronique

Comportement de l'internaute, marketing viral, e-marketing, réseaux sociaux, communautés virtuelles, diffusion des services en ligne, places de marché électronique, modèles d'affaires numériques, projet et étude de cas (R. Suire, MCF en Economie à l'UR1 ; V Lethiais, MCF en Economie à l'ENST Bretagne ; G. DangNguyen, Pr d'Economie à l'ENST Bretagne ; S. Tran; Pr de gestion à l'ESC la Rochelle, C. Petr, MCF en marketing à l'IGR)

## Module 2 : Marketing et stratégie d'entreprise #90h

### Théorie des jeux appliquée aux affaires

Jeux coopératifs, création et partage de valeur, analyse stratégique à la Porter (P. Bouyaux, MCF en Economie à l'UR1)

### Management stratégique des contrats

Tarifification, Yield management, discrimination, contrats incitatifs, benchmarking (E. Malin, Pr d'Economie à l'UR1)

### Conception et marketing des services

Marketing stratégique et opérationnel, géomarketing, marketing mix, sergementation et fidélisation client (Scoring et lifetime value), (JP. Croizean, MCF en Marketing à l'UR1 ; V. Martin, France Télécom)

## Module 5 : Logistique #24H

### Logistique des transports

Economie des transports de fret, transport multimodal, aspect écologique de la logistique (S. Hammiche et L. Denant-Boemont, MCF en Economie à l'UR1)  
Application en e-logistique (intervenants professionnels)

## Module 3 : Concurrence et innovation #48h

### Economie et droit de la concurrence

Abus de position dominante, dépendance économique, ententes, contrôle des concentrations (M. Glais, Pr d'Economie à l'UR1)

### Economie et gestion de l'innovation

Innovation et diffusion, standardisation, gestion de projets innovants, économie de la propriété intellectuelle, brevets, droit d'auteurs (D. Bénézech, Pr d'Economie à l'UR1 ; B. Dumont, MCF en Economie à l'UR1)

## Module 6 : Outils #48h

### Techniques de réseaux

Architecture et ingénierie des réseaux, extraction et exploitation de données réseaux, fichiers log, (F. Le Guel, MCF à l'U Nice)

### Techniques quantitatives

Econométrie qualitative, économétrie et modèles de la diffusion, Mapinfo, datamining, économie expérimentale, méthodologie d'enquêtes (S. Larribeau, Pr d'économie à l'UR1, D Masclet, Chargé de recherche CNRS à l'UR1, N Poussing, Chargé d'études au CEPS (Lux))

### Conduite de projet et d'entretien

Aide à la recherche d'emploi, simulation d'entretiens, projets d'équipe, projet d'entreprise e-Business

## CONDITIONS D'ACCES

Le Master accueille chaque année au maximum 25 étudiants, en formation initiale ou en formation continue, sélectionnés sur dossier et entretien. Peuvent faire acte de candidature :

- Des étudiants ayant un profil d'économiste, titulaire d'un Master 1ère année en économie, économie-gestion, ingénierie économique, MASS, économie d'entreprise.
- Des étudiants ayant un profil d'informaticien, titulaire d'un Master 1ère année MIAGE, informatique ou diplômés d'une école d'ingénieurs.

Une validation des acquis professionnels est possible en cas de diplôme de niveau inférieur.

## CALENDRIER DE LA FORMATION

La durée de la formation est de 12 mois (du 15 septembre au 30 septembre de l'année suivante), selon le calendrier suivant :

Sept – décembre	Janvier - février	Février - mars	Avril - septembre
Savoirs fondamentaux			
	Savoirs pratiques et jeu d'entreprise		
		Savoirs pratiques et soutenances des projets e-business	
			Stage long, réalisation et soutenance du mémoire professionnel

## POINTS FORTS

Une formation s'appuyant sur une équipe de recherche reconnue en économie et marketing des réseaux, économie numérique et e-marketing (CREM—CNRS) et des collaborations étroites avec l'Ecole Nationale Supérieure des Télécommunications de Bretagne

Des cours qui intègrent les dernières avancées sur la connaissance et les techniques de modélisation des services en réseaux

Une formation ancrée sur un territoire riche en innovation et savoir-faire dans les réseaux (Technopôle Rennes Atalante en pointe sur les TIC, Pôle de compétitivité breton 'Images et Réseaux' autour des grands industriels Alcatel, Thomson, France Télécom et d'un tissu de PME innovantes)

## METIERS

Au terme de la formation vous exercerez auprès de sociétés de conseils, au sein de PME, de grandes entreprises ou au sein de collectivités territoriales. Les fonctions exercées ont trait au Marketing de l'outil Internet (web-marketing), au conseil en intégration TIC, à l'analyse des usages, à l'aménagement numérique du territoire, à l'étude et la veille concurrentielle ; ...

## CANDIDATURE - INSCRIPTION

Les dossiers de candidature au MASTER 2 sont à retirer puis à adresser complets entre le 1<sup>er</sup> février et le 1<sup>er</sup> juin au Service Scolarité à l'adresse ci-dessous indiquée. Toute demande de dossier doit être accompagnée d'une enveloppe, format 32 × 23, libellée à l'adresse du candidat et affranchie pour un envoi de 100 g au tarif en vigueur.

Service Scolarité  
Faculté des Sciences Économiques - 7, place Hoche  
CS 86514 - 35065 RENNES Cedex  
<http://www.eco.univ-rennes1.fr/> rubrique « Informations aux étudiants »  
✉ [eco-scol@univ-rennes1.fr](mailto:eco-scol@univ-rennes1.fr) ☎ 02.23.23.35.13

Les personnes relevant de la formation continue (salariés, demandeurs d'emploi) doivent retirer leur dossier de candidature auprès du Service de Formation Continue et le déposer avant le 1 juin.

Service de Formation Continue (SFC)  
4, rue Kléber – 35000 RENNES  
<http://www.sfc.univ-rennes1.fr/>  
✉ [anne.garnier@univ-rennes1.fr](mailto:anne.garnier@univ-rennes1.fr)

## POUR DE PLUS AMPLES INFORMATIONS

### Thierry PENARD

Université de Rennes 1 - Faculté de Sciences Économiques  
7, place Hoche, 35065 Rennes Cedex  
Tél. : 02 23 23 35 20  
[thierry.penard@univ-rennes1.fr](mailto:thierry.penard@univ-rennes1.fr)

### Raphaël SUIRE

Université de Rennes 1 - Faculté de Sciences Économiques  
7, place Hoche, 35065 Rennes Cedex  
Tél. 02 23 23 33 36  
[raphael.suire@univ-rennes1.fr](mailto:raphael.suire@univ-rennes1.fr)

Site Internet de la formation : <http://granitic.univ-rennes1.fr>