Digital China

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- L'Asie est déjà le marché dominant au niveau mondial : histoire, enjeux et perspectives.
- La Chine impose son rythme à l'Asie : puissance et originalité du modèle chinois.
- Dynamique des marchés numériques : télécoms, internet, IoT, ecommerce, eHealth, mobiloity, énergie,...
- Focus sur le marché des médias, TV, jeux vidéo, cinéma...

- Comprendre les nouveaux enjeux et le rôle de la zone asiatique : géopolitique des technologies
- Disposer d'une grille de lecture de la puissance chinoise dans le numérique et de l'originalité/fragilité de son modèle.
- Détailler les différentes industries numériques chinoises.

Compétence à acquérir :

- Analyser la structure de l'industrie numérique asiatique et chinoise.
- Comprendre les spécificités d'un modèle original.
- Etre prêt à aborder les acteurs numériques chinois.

Mode de contrôle des connaissances :

- Réalisation d'une étude de cas en petit groupe sur un acteur chinois du numérique (activité d'un groupe leader, startup, etc.)
- Notation de groupe de la présentation orale, du support de présentation et du rapport écrit

Bibliographie, lectures recommandées :

- "Les trente glorieuses chinoises" de Caroline Puel (Tempus, 2013)

- Articles sur la Chine numérique in Le Monde et Usbek & Rica, de Jean Dominique Séval

- "Dragon tactics" de Sandrine Zerbib (Dunod, 2022)

- "The Oxford Handbook of China Innovation" by Xiaolan Fu, Bruce McKern, and Jin Chen (Oxford University Press, October 2021)