

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, mobilité, 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)

**Document susceptible de mise à jour - 01/04/2026**

**Université Paris Dauphine - PSL** - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16