



IGE 511

Aspects informatiques du commerce électronique

Plan de cours
Hiver 2014

Enseignant Jonathan Houle
Courriel : jonathan.houle@usherbrooke.ca
Local : D6-0047
Disponibilité : immédiatement avant ou après les cours, par courriel ou rencontre téléphonique

Horaire lundi 09h30 à 12h20 salle D4-2021

Description officielle de l'activité pédagogique ¹

Objectifs Connaître tous les concepts associés au commerce électronique. Connaître la problématique reliée à leur mise en place. Analyser, choisir et mettre en œuvre diverses solutions de commerce électronique.

Contenu Importance du commerce électronique dans les organisations et l'économie. Approches B2B et B2C. Intranet et extranet. Stratégies de marketing et comportement du consommateur en lien avec le commerce électronique. Exigences particulières en matière de contrats, de sécurité et de confidentialité. Processus de développement et de gestion de projets propres au commerce électronique. Utilisation de diverses technologies contributives (SET, SOAP, Web 2,0, etc.)

Crédits 3

Organisation Cours : 3 heures/semaine
 Laboratoire : aucun
 Travail personnel : 6 heures/semaine

Concomitantes IFT 606

¹ <http://www.usherbrooke.ca/fiches-cours/ige511>

1 Présentation

1.1 Mise en contexte

En entrant dans le 3^e millénaire, nous vivons un des changements les plus importants de notre vie de tous les jours : une société où Internet joue un rôle capital. Internet a plus de 2 milliards d'utilisateurs. L'émergence du Web 2.0 étend les frontières que nous connaissons et lance le commerce électronique dans une deuxième vague plus solide que celle qui s'est fracassée au début des années 2000. Aujourd'hui, le commerce électronique est dans une période de consolidation et on porte une attention particulière à la stratégie, à l'implantation et à la rentabilité. Les technologies du commerce électronique sont maintenant des outils indispensables au maintien des relations entre les entreprises (B2B), tout autant qu'entre une entreprise et ses clients (B2C). De plus, la venue de la mobilité haute-vitesse, de la personnalisation et de la sémantique nous ouvre la porte vers la 3^e génération du Web.

1.2 Objectifs généraux

Le cours « *Aspects informatiques du commerce électronique* » a pour but de présenter à l'étudiant tous les enjeux liés au commerce électronique, principalement au niveau de l'utilisation de diverses technologies.

Il vise aussi à donner les outils nécessaires à l'étudiante ou l'étudiant afin de bien cerner les enjeux spécifiques du commerce électronique : Organisation et économie, stratégie de marketing, aspects légaux, processus d'affaires, approches B2B et B2C, intranet et extranet.

De plus, le cours donnera à l'étudiante ou l'étudiant les connaissances de base nécessaires à l'implantation ou au support d'un site de commerce électronique.

1.3 Objectifs spécifiques

Au terme du cours, l'étudiante ou l'étudiant sera en mesure d'identifier, de définir et de mettre en œuvre les principales fonctionnalités d'un site marchand. De manière plus précise, l'étudiant sera capable de :

1. identifier les composantes principales d'une plateforme de commerce électronique et comprendre leur rôle respectif;
2. identifier les différentes composantes architecturales nécessaires à la mise en place d'une plateforme de commerce électronique;
3. analyser les besoins déterminant les fonctionnalités requises pour une plateforme de commerce électronique;
4. maîtriser les enjeux liés à la conception, la mise en place et l'exploitation d'une plateforme de commerce électronique;
5. positionner une plateforme de commerce électronique sur Internet et les moteurs de recherche.

1.4 Contenu détaillé

No	Contenu	h
1	Présentation <ul style="list-style-type: none">❖ Plan de cours❖ Travaux Importance du commerce électronique dans les organisations et économie <ul style="list-style-type: none">❖ Introduction au commerce électronique❖ Adoption et diffusion du commerce électronique (globalisation)❖ Statistiques et chiffres❖ Fondements économiques du commerce électronique (modèles d'affaires)❖ Piliers du Web et organisations du commerce électronique❖ Stratégies d'affaires	3

No	Contenu	h
2	Processus de développement et de gestion de projets propres au commerce électronique. Approches B2B et B2C. Intranet et extranet. <ul style="list-style-type: none"> ❖ Processus de création de sites Web ❖ Maquettes ❖ Gestion de projet de commerce électronique 	3
3	Stratégies de marketing et comportement du consommateur en lien avec le commerce électronique <ul style="list-style-type: none"> ❖ Fonctionnement des moteurs de recherche ❖ Référencement naturel (SEO) 	3
4	Utilisation de diverses technologies contributives <ul style="list-style-type: none"> ❖ Architecture de commerce électronique ❖ Serveurs Web ❖ Systèmes de gestion du contenu (CMS) ❖ PHP et MySQL 	3
5	Utilisation de diverses technologies contributives <ul style="list-style-type: none"> ❖ HTML5 	3
6	Utilisation de diverses technologies contributives <ul style="list-style-type: none"> ❖ Les styles CSS et le positionnement 	3
7	Utilisation de diverses technologies contributives <ul style="list-style-type: none"> ❖ Les styles CSS, les menus et le design ❖ Utilisation d'API Web 	3
8	Examen intra	3
	Semaine de relâche	
9	Approches B2B et B2C et stratégie de marketing du commerce électronique <ul style="list-style-type: none"> ❖ Retour sur la matière précédente ❖ Marketing par courriel et outils de suivi 	3
10	Ergonomie et utilisabilité <ul style="list-style-type: none"> ❖ Règles d'ergonomie Web et test d'utilisabilité ❖ A/B Tests 	3
11	Stratégies de marketing et comportement du consommateur en lien avec le commerce électronique <ul style="list-style-type: none"> ❖ Métriques Web ❖ Comportement de l'internaute ❖ Référencement payant (<i>SEM – Search Engine Marketing</i>) 	3
12	Exigence particulière en matière de contrats, de sécurité et de confidentialité <ul style="list-style-type: none"> ❖ Aspects légaux du commerce électronique (juridiques et éthiques) ❖ Infrastructure à clé publique ❖ SSL, TLS, authentification et certificats de sécurité ❖ Systèmes et services de paiement en ligne, joueurs et standards (ex : PCI-DSS) 	3
13	Présentation du travail de session et synthèse du cours	3
14	Examen final	3

2 Organisation

2.1 Méthode pédagogique

Le cours est divisé en deux volets. Le premier volet est plus théorique et vise la transmission des connaissances fondamentales du cours, à l'aide d'études de cas et la mise en correspondance avec les autres activités du programme. Le second vise à permettre le développement de compétences directement applicables à la mise en place d'une plateforme de commerce électronique à échelle réduite, mais réaliste.

2.2 Calendrier

Séance	Date du cours	Contenu	Évaluation
1	2014-01-06	1	
2	2014-01-13	2	
3	2014-01-20	3	-Remise du TP sur l'analyse d'un site
4	2014-01-27	4	
5	2014-02-03	5	
6	2014-02-10	6	
7	2014-02-17	7	-Remise du TP sur l'installation et configuration de CMS -Évaluation du site de commerce électronique (1/ 2)
8	Période du 22 fév. au 1er mars	1...7	Examen intra
	2014-03-03	Relâche	
9	2014-03-10	9	
10	2014-03-10*		
11	2014-03-17	10	
12	2014-03-24	11	
13	2014-03-31	12	
14	2014-04-07	13	-Évaluation du site de commerce électronique (2/ 2) -Évaluation du site Web adaptatif
15	Période du 17 au 27 avril	1...15	Examen final

* Les étudiants (en équipe du travail de session) devront prendre rendez-vous avec l'enseignant entre le 10 et le 21 mars pour une rencontre de suivi.

Les séances suivantes auront lieu au laboratoire :

- LU 27 janvier 930-1220;
- LU 3 février 930-1220;
- LU 10 février 930-1220;
- LU 17 février 930-1220.

Note : les dates de l'examen périodique et de l'examen final seront fixées par la Faculté des sciences.

2.3 Évaluation

Épreuve	Type	Poids
TP1 - Analyse d'un site et critères de référencement	en équipe	10%
TP2 - Installation et configuration de CMS	individuel	10%
TP3 - Création d'un site Web adaptatif	individuel	15%
Travail de session : Site de commerce électronique incluant : <ul style="list-style-type: none">• Hébergement Web• CMS• Infolettre et suivi• Web analytique• Performance du site• Positionnement dans les moteurs de recherche• Site marchand et système de paiement	en équipe	20%
Examen intra	individuel	15%
Examen final	individuel	30%
Total		100%

Les travaux d'équipe seront réalisés en équipe de 2 personnes (à déterminer lors de la première séance).

Le correcteur ou la correctrice peut soustraire jusqu'à 5% de chaque évaluation pour la qualité du français. Des consignes supplémentaires ou des modifications pourront être communiquées au cours du trimestre.

La durée des examens est de trois heures – aucune documentation n'est permise et l'usage de la calculatrice est interdit.

Un document dont le texte et la structure se rapporte à des textes intégraux tirés d'un livre, d'une publication scientifique ou même d'un site Internet, doit être référencé adéquatement. Lors de la correction de tout travail individuel ou de groupe une attention spéciale sera portée au plagiat, défini dans le Règlement des études comme « le fait, dans une activité pédagogique évaluée, de faire passer indûment pour siens des passages ou des idées tirés de l'œuvre d'autrui. ». Le cas échéant, le plagiat est un délit qui contrevient à l'article 8.1.2 du Règlement des étudesⁱ : « tout acte ou manœuvre visant à tromper quant au rendement scolaire ou quant à la réussite d'une exigence relative à une activité pédagogique. » À titre de sanction disciplinaire, les mesures suivantes peuvent être imposées : a) l'obligation de reprendre un travail, un examen ou une activité pédagogique et b) l'attribution de la note E ou de la note 0 pour un travail, un examen ou une activité évaluée. Tout travail suspecté de plagiat sera référé au Secrétaire de la Faculté des sciences.

ⁱ <http://www.usherbrooke.ca/programmes/etude>

3 Documentation

3.1 Manuels obligatoires

[A] Jonathan Houle, « Notes de cours »

3.2 Bibliographie

1. Chris J. Date, 2000. Introduction aux bases de données. 7^e édition. Vuibert Informatique, Paris. ISBN 2-7117-8664-1
2. Pascal Roques, 2002. Les cahiers du programmeur UML : Modéliser un site e-commerce. Groupe Eyrolles, Paris. ISBN 2-212-11070-7
3. Pascal Roques, 2006. Les cahiers du programmeur UML 2 : Modéliser une application Web. Groupe Eyrolles, Paris. ISBN 2-212-11770-1
4. David Mercer, 2009. Building powerful and robust websites with Drupal 6. Packt Publishing Ltd., UK. ISBN 978-1-847192-97-4
5. Ken Coar and Rich Bowen, 2007. Apache Cookbook. Second edition. O'Reilly, USA. ISBN 0-596-52994-5
6. Elizabeth Castro, 2007. HTML, XHTML, and CSS. Sixth edition. Peachpit Press, Berkley. ISBN 0-321-43084-0
7. W. Jason Gilmore, 2009. Beginning PHP and MySQL. Third edition. Apress, Berkley. ISBN 1-59059-862-8
8. Michael Peacock, 2009. Selling online with Drupal e-Commerce. Packt Publishing Ltd., UK. ISBN 978-1-847194-06-0
9. Martin Bauer, 2007. Managing eZ Publish Web Content Management Projects. Packt Publishing Ltd., UK. ISBN 978-1-847191-72-4
10. Hagen Graf, 2009. Building Websites with Joomla! 1.5. Packt Publishing Ltd., UK. ISBN 978-1-847195-30-2
11. Efraim Turban et al., 2009. Electronic Commerce 2009, A Managerial Perspective. Pearson Prentice Hall, New Jersey. ISBN 978-0-13-513544-0
12. Gary P. Schneider, 2009. Electronic Commerce. Eighth Edition. Course Technology, Boston. ISBN 978-1-4239-0305-5
13. Henri Isaac et Pierre Volle, 2008. E-commerce, de la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle. Pearson Education France, Paris. ISBN 978-2-7440-7279-6
14. François et Sandrine Houste et Delphine Bouton, 2008. Créer un site e-commerce avec Dreamweaver CS3 et PHP/MySQL. Campus Press, Paris. ISBN 978-2-7440-2221-0
15. Vincent Gautrais et Pierre Trudel, 2010. Circulation des renseignements personnels et Web 2.0. Les Éditions Thémis, Montréal. ISBN 978-2-89400-280-3
16. Dave Chaffey et al., 2009. Internet Marketing, Strategy, Implementation and Practice. Fourth edition, FT Prentice Hall, England. ISBN 978-0-273-71740-9
17. Avinash Kaushik, 2007. Web analytics, An hour a day. Wiley Publishing Inc., Indianapolis, Indiana. ISBN 978-0-470-13065-0
18. Jennifer Grappone et Gradiva Couzin, 2008. Search Engine Optimization, An hour a day. Second Edition, Wiley Publishing Inc., Hoboken, New Jersey. ISBN 978-0-470-22664-3

L'intégrité intellectuelle passe, notamment, par la reconnaissance des sources utilisées. À l'Université de Sherbrooke, on y veille!

Extrait du Règlement des études

8.1.2 Relativement aux activités pédagogiques

L'expression délit désigne d'abord tout acte ou toute manœuvre visant à tromper quant au rendement scolaire ou quant à la réussite d'une exigence relative à une activité pédagogique.

Sans restreindre la portée générale de ce qui précède, est considéré comme un délit :

- a) la substitution de personnes ou l'usurpation d'identité lors d'une activité évaluée ou obligatoire;
- b) le plagiat, soit le fait, dans une activité évaluée, de faire passer indûment pour siens des passages ou des idées tirés de l'œuvre d'autrui;
- c) l'obtention par vol ou par toute autre manœuvre frauduleuse de document ou de matériel, la possession ou l'utilisation de tout matériel non autorisé avant ou pendant un examen ou un travail faisant l'objet d'une évaluation;
- d) le fait de fournir ou d'obtenir toute aide non autorisée, qu'elle soit collective ou individuelle, pour un examen ou un travail faisant l'objet d'une évaluation;
- e) le fait de soumettre, sans autorisation préalable, une même production comme travail à une deuxième activité pédagogique;
- f) la falsification d'un document aux fins d'obtenir une évaluation supérieure dans une activité ou pour l'admission à un programme.

Par plagiat, on entend notamment :

- Copier intégralement une phrase ou un passage d'un livre, d'un article de journal ou de revue, d'une page Web ou de tout autre document en omettant d'en mentionner la source ou de le mettre entre guillemets
- Reproduire des présentations, des dessins, des photographies, des graphiques, des données... sans en préciser la provenance et, dans certains cas, sans en avoir obtenu la permission de reproduire
- Utiliser, en tout ou en partie, du matériel sonore, graphique ou visuel, des pages Internet, du code de programme informatique ou des éléments de logiciel, des données ou résultats d'expérimentation ou toute autre information en provenance d'autrui en le faisant passer pour sien ou sans en citer les sources
- Résumer ou paraphraser l'idée d'un auteur sans en indiquer la source
- Traduire en partie ou en totalité un texte en omettant d'en mentionner la source ou de le mettre entre guillemets
- Utiliser le travail d'un autre et le présenter comme sien (et ce, même si cette personne a donné son accord)
- Acheter un travail sur le Web ou ailleurs et le faire passer pour sien
- Utiliser sans autorisation le même travail pour deux activités différentes (autoplégat)

Autrement dit : mentionnez vos sources.
