

## SYLLABUS

**Domaine :** Sciences Économiques, de Gestion et Commerciales.

**Filière :**

**Spécialités :** Management de la Chaine Logistique

**Semestre :** 01

**Année universitaire :** 2025/2026

### Identification de la matière d'enseignement

**Intitulé :** E-commerce et plateformes numériques

**Unité d'enseignement :** Unité d'Enseignement Fondamentale

**Nombre de Crédits :** 4

**Coefficient :** 2

**Volume horaire hebdomadaire total :**

- Cours (nombre d'heures par semaine) : 1H30
- Travaux dirigés (nombre d'heures par semaine) :
- Travail personnel (nombre d'heures par semaine) :

### Responsable de la matière d'enseignement

**Nom, Prénom, Grade :** Dr Naima MESSAOUDI, Maître de Conférences A.

**Localisation du bureau (Bloc, Bureau) :** EHEC Koléa

**Tel (Optionnel) :** .....

**Horaire du cours et lieu du cours :**



## Description de la matière d'enseignement

### Prérequis :

- Connaissances de base en marketing digital
- Compétences en stratégie marketing
- Maîtrise des outils informatiques et web

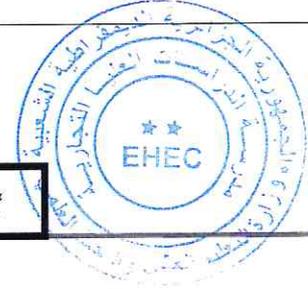
### Objectif général du la matière d'enseignement :

Ce cours vise à fournir aux étudiants une maîtrise des plateformes numériques utilisées en e-commerce. Il met l'accent sur les modèles économiques, les solutions techniques, les CMS, l'expérience utilisateur, la sécurité des transactions et les innovations digitales. Le but est de savoir configurer, comparer, intégrer et exploiter des plateformes e-commerce selon des objectifs définis.

### Objectifs d'apprentissage :

A l'issue de ce cours, l'étudiant sera capable de :

- Comparer les modèles économiques liés aux plateformes e-commerce ;
- Identifier les critères de choix d'une plateforme (SaaS, open-source, CMS) ;
- Intégrer des outils analytiques (Google Analytics, CRM) et de conversion ;
- Maîtriser les aspects UX, mobile-first, accessibilité et ergonomie ;
- Sécuriser les transactions (moyens de paiement, conformité RGPD) ;
- Explorer les innovations technologiques (IA, API, automatisation).



## Contenu de la matière d'enseignement

### 1. Fondements du commerce électronique

- Définitions, cadre général et évolution du e-commerce.
- Panorama des tendances actuelles.

### 2. Plateformes numériques et modèles de vente

- Typologie des plateformes (marketplaces, SaaS, solutions propriétaires).
- Avantages comparés, logiques d'intermédiation, critères de sélection selon les objectifs logistiques et commerciaux.

### 3. Réseaux sociaux et leviers digitaux d'acquisition

- Rôle des réseaux sociaux dans la conversion commerciale (trafic, notoriété, relation client).
- Social selling, marketing d'influence, affiliation.

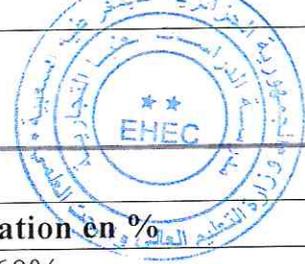
### 4. Techniques de marketing en ligne

- Outils digitaux de génération de trafic (SEO, SEA, emailing, retargeting).
- Construction d'un tunnel de conversion, UX/UI, e-réputation.
- Utilisation d'outils analytiques pour l'optimisation.

### 5. Sécurisation, stratégie globale et pilotage e-commerce

- Moyens de paiement, sécurisation des transactions.
- Cadre juridique de la vente en ligne.
- Méthodologie de planification et de déploiement d'une stratégie digitale.
- Études de cas de stratégies e-commerce appliquées à la logistique.

Inclure le contenu sur une autre page, si nécessaire

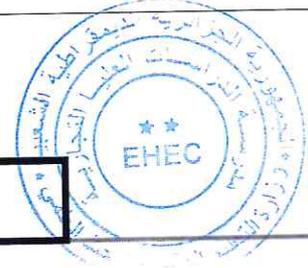


### Modalités d'évaluation

Nature du contrôle	Pondération en %
Examen	60%
Micro – interrogation	
Travaux dirigés	
Travaux pratiques	10%
Projet personnel	30%
Travaux en groupe	
Sorties sur terrains	
Assiduité ( Présence /Absence)	
Autres ( à préciser)	
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### Références & Bibliographie

<i>Textbook (Référence principale) :</i>		
<b>Titre de l'ouvrage</b>	<b>Auteur(s)</b>	<b>Éditeur et année d'édition</b>
E-commerce: Business, Technology, Society	Laudon, K. C., & Traver, C. G.	Pearson, 2023–2024 (18 <sup>e</sup> édition)
<i>Les références de soutien si elles existent :</i>		
<b>Titre de l'ouvrage (1)</b>	<b>Auteur</b>	<b>Éditeur et année d'édition</b>
Digital Business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice	Chaffey, D.	Pearson Education, 2022 (8 <sup>e</sup> édition)
<b>Titre de l'ouvrage (2)</b>	<b>Auteur</b>	<b>Éditeur et année d'édition</b>
Ecommerce Evolved: The Essential Playbook to Build, Grow & Scale a Successful Ecommerce Business	Larsson, T.	Amplify Publishing, 2024 (édition révisée)



**Planning du déroulement du cours**

Semaine	Titre du Cours	Date
1ere Semaine	Introduction au commerce électronique : définitions, enjeux, tendances	
2eme Semaine	Exploration des types de plateformes de vente en ligne et critères de choix	
3eme Semaine	Réseaux sociaux : fonctions, canaux, campagnes de conversion	
4eme Semaine	Social selling et marketing d'influence : études de cas	
5eme Semaine	Techniques de marketing digital (SEO, automation)	
6eme Semaine	Construction d'un tunnel de conversion et bonnes pratiques UX	
7eme Semaine	Analyse des performances marketing et outils de pilotage	
8eme Semaine	Moyens de paiement en ligne et intégration technique	
9eme Semaine	Cadre juridique du e-commerce (protection du consommateur, RGPD)	
10eme Semaine	Positionnement marketing des plateformes e-commerce	
11eme Semaine	<b>Atelier technique : Shopify</b>	
12eme semaine	<b>Présentation des projets E-Commerce</b>	
13eme semaine	<b>Examen de fin de semestre</b>	
14eme semaine	<b>Examen de rattrapage</b>	



N°	Nom et Prénom (etudiant)	Signature
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		