

## SYLLABUS



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

**Filière :**

**Spécialités :** Distribution & Commerce Connecté ET 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>                                                         |                                |                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------|
| Titre de l'ouvrage                                                                               | Auteur(s)                      | Éditeur et année d'édition                       |
| 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>                                             |                                |                                                  |
| Titre de l'ouvrage (1)                                                                           | Auteur                         | Éditeur et année d'édition                       |
| Digital Business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice                | Chaffey, D.                    | Pearson Education, 2022 (8 <sup>e</sup> édition) |
| Titre de l'ouvrage (2)                                                                           | Auteur                         | Éditeur et année d'édition                       |
| 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 |                          |           |

