



SYLLABUS

Domaine : Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion

Filière : Sciences Commerciales

Spécialité : Commerce International

Semestre : Cinquième

Année Universitaire : 2025/2026

Identification de la matière d'enseignement

Intitulé : TIC et Commerce électronique à l'international

Unité d'enseignement : Fondamentale

Nombre de Crédits : 02

Coefficient : 01

Volume horaire hebdomadaire total : 60h00

- Cours (nombre d'heures par semaine) : 1h30
- Travaux dirigés (nombre d'heures par semaine) : /
- Travaux pratiques (nombre d'heures par semaine) : /

Responsable de la matière d'enseignement

Nom, Prénom, Grade : ELANDALOUSSI Zaza, Maitre de Conférence « B »

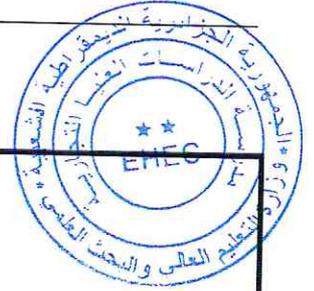
Localisation du bureau (Bloc, Bureau) : 2^{ème} étage, Bureau 60

Email : z.elandaloussia@hec.dz

Tel (Optionnel) : /

Horaire du cours et lieu du cours : Groupe 01 : 8h30-10h00/Groupe 02 : 10h00-11h30, Salle 26, l'école des Hautes Etudes Commerciales.

Description de la matière d'enseignement



Prérequis : Pour suivre efficacement ce module, l'étudiant doit avoir :

- Une bonne compréhension des fondamentaux du commerce international.
- Des connaissances de base en technologies de l'information et en communication numérique.
- Un intérêt pour les innovations technologiques et leur application dans les processus commerciaux.

Objectif général du la matière d'enseignement : Ce module vise à préparer les étudiants à comprendre et maîtriser les transformations du commerce induites par les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). À travers une approche analytique et pratique, il permettra aux étudiants d'appréhender l'évolution du e-commerce à l'échelle mondiale, d'identifier ses enjeux stratégiques et d'analyser ses implications économiques, organisationnelles et juridiques.

Objectifs d'apprentissage : À l'issue de ce module, l'étudiant sera capable de :

1. Définir les notions clés liées au commerce électronique (B2B, B2C, NTIC, m-commerce, etc.).
2. Identifier les formes, les fonctions et les modes de fonctionnement du e-commerce.
3. Analyser les impacts des NTIC sur les pratiques commerciales et les échanges internationaux.
4. Comprendre les évolutions du e-commerce à l'échelle mondiale et locale (Algérie).
5. Apprécier les enjeux économiques, juridiques et logistiques liés aux plateformes de commerce électronique.
6. Identifier les freins et leviers au développement du e-commerce dans les pays en développement.
7. Appliquer les acquis à travers des études de cas concrets.

Contenu de la matière d'enseignement



Le module *Commerce électronique* est structuré en trois grandes parties, permettant une progression logique : des fondements conceptuels à l'analyse des tendances mondiales, puis à l'étude du contexte algérien. Chaque chapitre intègre des éléments théoriques, des exemples concrets, des QCM et des études de cas pour favoriser l'ancrage des connaissances et la mise en pratique.

I. Chapitre 1 : Fondamentaux du commerce électronique

Ce chapitre pose les bases conceptuelles et historiques du e-commerce, en introduisant les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) et leurs implications commerciales.

- Définition et périmètre du commerce électronique
- Objectifs et avantages stratégiques du e-commerce
- Typologie des formes de e-commerce : B2B, B2C, C2C, G2C, etc.
- Évolution historique du commerce électronique
- Systèmes de paiement électroniques : sécurité, plateformes, tendances
- Rôle des NTIC dans la transformation des modèles commerciaux
- Évaluation formative : QCM de synthèse

II. Chapitre 2 : Le commerce électronique à l'échelle mondiale

Cette partie explore les grandes tendances internationales du commerce électronique, à travers des chiffres clés, les grandes plateformes, et les mutations sectorielles.

- Chiffres clés et croissance mondiale du e-commerce
- Secteurs les plus transformés par le numérique (distribution, services, culture...)
- Principaux marchés mondiaux du commerce électronique : Chine, États-Unis, Europe
- M-commerce : le commerce via les terminaux mobiles
- Problématiques douanières liées aux échanges électroniques transfrontaliers
- Évaluation formative : QCM + étude de cas Amazon

III. Chapitre 3 : État des lieux et perspectives du e-commerce en Algérie

Ce dernier chapitre propose une analyse approfondie du commerce électronique en Algérie, en mettant en lumière les freins, les initiatives locales et les perspectives de développement.

- Niveau de développement des TIC en Algérie
- Évolution des sites marchands et plateformes locales
- Contraintes structurelles, réglementaires et culturelles
- Cas pratique : analyse de la stratégie de Jumia Algérie
- Opportunités pour les entreprises algériennes dans le numérique
- Défis pour une intégration durable du e-commerce
- Évaluation formative : QCM de révision finale



Modalités d'évaluation

Nature du contrôle	Pondération en %
Examen	60 %
Micro-interrogation	10 %
Travaux dirigés (QCM, études de cas)	10 %
Travaux pratiques (analyse de plateformes)	5 %
Projet personnel (recherche individuelle)	5 %
Travaux en groupe (exposé thématique)	5 %
Sorties sur le terrain	0 %
Assiduité (présence / participation)	5 %
Autres	0 %
Total	100 %

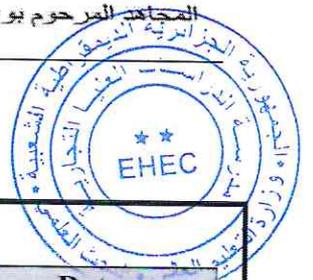
Références & Bibliographie

Textbook (Référence principale) :

Titre de l'ouvrage	Auteur	Éditeur et année d'édition
<i>E-commerce : De la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle</i>	H. Isaac	Pearson Education, 2008

Les références de soutien si elles existent :

Titre de l'ouvrage (1)	Auteur	Éditeur et année d'édition
<i>La fin du e-commerce ou l'avènement du commerce connecté ?</i>	C. Barbara	Fevad, 2020
Titre de l'ouvrage (2)	Auteur	Éditeur et année d'édition
<i>Commerce électronique ou électronique du commerce ?</i>	A. Rallet	Lavoisier, Terminal n°106, 2001/2



Planning du déroulement du cours

Semaine	Titre du cours	Date
1ère semaine	Introduction générale au commerce électronique	21/09/2025
2ème semaine	Définitions, objectifs et formes du e-commerce	28/09/2025
3ème semaine	Historique et évolutions du e-commerce	05/10/2025
4ème semaine	Modes de paiement électroniques et NTIC	12/10/2025
5ème semaine	QCM de révision + débat dirigé sur les tendances émergentes	19/10/2025
6ème semaine	Le commerce électronique dans le monde : données et enjeux	26/10/2025
7ème semaine	Secteurs clés et grandes plateformes internationales	02/11/2025
8ème semaine	M-commerce et échanges électroniques transfrontaliers	09/11/2025
9ème semaine	QCM + Étude de cas « Amazon »	16/11/2025
10ème semaine	État des lieux des TIC et du e-commerce en Algérie	23/11/2025
11ème semaine	Plateformes locales, cas « Jumia », obstacles structurels	30/11/2025
12ème semaine	Défis, opportunités et perspectives nationales	07/12/2025
13ème semaine	Activité de groupe : exposé thématique (soutenance orale)	14/12/2025
14ème semaine	Examen Final du Semestre	/
15ème semaine	Examen de remplacement	/
16ème semaine	Examen de rattrapage	/



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