

La concentration en gestion du commerce électronique s'adresse principalement aux titulaires d'un grade de premier cycle en administration avec une concentration en gestion de l'information et des systèmes ou en marketing. Elle comprend un volet unique d'apprentissage basé sur l'acquisition de connaissances et de compétences reliées à la gestion de projets de commerce électronique. À partir de standards et de méthodologies reconnus, de textes de recherche scientifique, de résolution de cas, les étudiants sont appelés à intervenir dans une problématique réelle de commerce électronique. Tout au long de cette démarche, ils sont accompagnés de personnes ressources qui les guident et les supportent dans le cadre d'activités pédagogiques innovantes. La concentration en gestion du commerce électronique poursuit les objectifs suivants :

1. Maîtriser les fondements scientifiques et les concepts de base du commerce électronique.
2. Cerner les enjeux stratégiques, marketing et technologiques du commerce électronique afin de pouvoir repérer de nouvelles occasions d'affaires.
3. Connaître différentes méthodes de gestion de projets de commerce électronique dans le but d'être en mesure d'évaluer la faisabilité, la valeur et l'apport de ceux-ci.
4. Appliquer dans une situation réelle les principales étapes de gestion d'un projet de commerce électronique : analyse critique, planification, conception, développement, stratégies d'implantation et de promotion.

Pour une carrière en commerce électronique

Le profil cours vise le développement de compétences dans la réalisation d'un projet de commerce électronique. L'enseignement sous forme de projet en tutorat et par équipes interdisciplinaires (système d'information et marketing) y est privilégié.

De nombreuses perspectives d'emploi s'ouvrent aux personnes diplômées de cette concentration. Dans les firmes de consultation en systèmes d'information et en marketing, on retrouve des emplois d'analyste, de concepteur, de conseiller ou de chef de projets. Dans les départements de systèmes et de marketing des organismes privés et publics, les diplômés pourront occuper des postes d'analyste et de concepteur d'applications de commerce électronique.

Conditions d'admission particulières

En gestion du commerce électronique les études de premier cycle doivent inclure une concentration en gestion de l'information et des systèmes ou en marketing ou l'équivalent.

Deux cheminements sont proposés :

Cheminement de type cours*

Code du programme : 601 012

Automne	Hiver	Été
GCE 801	GCE 815	GCE 805
GIS 821	GCE 820	GCE 810
MAR 824	GCE 825	ADM 810
MQG 810	GCE 830	ESS 880
MAR 862 OU GIS 860	GCE 840	

* Cette planification peut être modifiée sans préavis.

Cheminement de type recherche*

Code du programme : 601 032

Automne	Hiver	Été
GCE 801	GCE 820	GCE 810
GIS 821	ADM 892	MEM 800*
MAR 824		ADM 893
MAR 862 OU GIS 860		
MQG 810		
ADM 891		

* mémoire : en plus des activités énumérées, le cheminement recherche comprend trois activités de recherche obligatoires : ADM 891, ADM 892, ADM 893

* Cette planification peut être modifiée sans préavis.

DESCRIPTION DES ACTIVITÉS

ADM 810 (3 cr.)

Intervention dans le milieu

Objectifs : appliquer de façon concrète et pratique certains éléments théoriques; acquérir ou développer certaines habiletés nécessaires pour intervenir efficacement en entreprise, particulièrement au niveau de la communication, de la collecte et de l'analyse de données, etc.; vivre l'expérience d'une relation étroite avec une entreprise et démontrer un comportement professionnel dans l'exercice d'un mandat précis.

Contenu : variable en fonction de la concentration de l'étudiante ou de l'étudiant. L'intervention doit comporter un travail de nature professionnelle et être supervisée par une professeure ou un professeur du département concerné.

ADM 891 (3 cr.)

Activités de recherche I

Objectifs : traverser toutes les étapes qui conduisent à l'identification d'un sujet de recherche précis et réalisable.

Contenu : Thème général et problématique de recherche; consultation de la documentation et des spécialistes du domaine; présentation du projet sous forme d'une question de recherche précise.

ADM 892 (3 cr.)

Activités de recherche II

Objectifs : élaborer le cadre conceptuel de la recherche.

Contenu : revue de la documentation pertinente ; présentation d'un cadre théorique et des hypothèses de recherche, s'il y a lieu, respectant les normes de la discipline.

ADM 893 (3 cr.)

Activités de recherche III

Objectifs : déterminer tous les aspects méthodologiques de la recherche.

Contenu : les étapes de la méthode de recherche : cadre organisationnel, techniques d'échantillonnage, instruments de mesure, méthodes de collecte de données, techniques d'analyse statistique et également, s'il y a lieu, collecte de données.

ESS 880 (6cr.)

Essai

Objectifs : planifier, rédiger et présenter un rapport sur un sujet pertinent au domaine de la concentration d'étude.

Contenu : proposition de travail, recherche d'informations pertinentes, rédaction du rapport et d'un sommaire exécutif, présentation orale. *Cet essai est l'aboutissement de l'activité ADM 810 Intervention dans le milieu.*

GCE 801 (3 cr.)

Fondements théoriques du commerce électronique

Objectif : évaluer l'évolution du commerce électronique et de ses impacts telle qu'identifiée dans la littérature scientifique.

Contenu : adoption et diffusion du commerce électronique. Globalisation du commerce électronique. Relations inter-entreprises. Gouvernement en ligne. Développement de présence Web. Comportement d'utilisateur. Confiance. Loyauté. Satisfaction sur le Web. Design d'interface.

GCE 805 (3 cr.)

Stratégie et commerce électronique

Objectif : cerner et comprendre les impacts du commerce électronique sur la stratégie corporative de l'entreprise.

Contenu : impact d'Internet et des technologies Web sur la performance de l'entreprise. Les modèles d'affaires électroniques. Les nouvelles formes de concurrence. La chaîne de valeur virtuelle. Les implications pour la stratégie d'affaires. La transformation des industries qui en résultent.

GCE 810 (3 cr.)

Aspects légaux du commerce électronique

Objectifs : cerner le rôle des principaux aspects juridiques et éthiques reliés aux environnements virtuels et au commerce électronique. Reconnaître les pratiques déloyales et le «net étiquette». Évaluer l'impact des différentes lois relatives aux affaires électroniques.

Contenu : droit du commerce électronique. Contrats électroniques. Protection du consommateur. Publicité, concurrence et pratiques déloyales. Paiements électroniques. Sécurité transactionnelle et confidentialité. Certification.

GCE 815 (3 cr.)

Diagnostic d'un projet de commerce électronique

Objectifs : réaliser une analyse critique de sites et d'interfaces selon divers critères de performance reconnus; ergonomie, accessibilité et facilité d'utilisation. Évaluer la contribution de la gestion de contenu. Appliquer les notions de référencement et d'indexation.

Contenu : critères reconnus : ergonomie, accessibilité, facilité d'utilisation. Mesures et évaluations. Principes de référencement et d'indexation. Fonctionnement et stratégies de moteurs de recherche. Concepts et solutions de gestion de contenu.

GCE 820 (3 cr.)

Planification d'un projet de commerce électronique

Objectifs : planifier et gérer les étapes d'un projet de commerce électronique. Cerner les nouvelles méthodologies de développement de solutions d'affaires électroniques.

Contenu : rôles et responsabilités de différents acteurs. Facteurs de succès et d'échecs. Livrables essentiels. Stratégies de tests et de déploiement. Contrôle de la qualité. Outils de tests. Utilisation d'un logiciel de gestion de projets. Processus de sélection de fournisseurs. Modèles de sous-traitances et d'impartition. Méthode d'estimation des efforts.

GCE 825 (3 cr.)

Conception d'un projet de commerce électronique

Objectifs : conceptualiser un projet à l'aide d'un outil de modélisation reconnu (ex.: Rational). Évaluer l'impact de la solution sur les processus d'affaires. Situer et lire les différents modèles / diagrammes objets (UML). Estimer les efforts et l'envergure du projet.

Contenu : spécifications fonctionnelles et non fonctionnelles. Cas d'utilisation. Modèles/diagrammes objets. Notation UML. Utilisation d'un outil de modélisation. Méthodologies de développement (ex. : Agile, RUP, etc.).

GCE 830 (3 cr.)

Développement d'un projet de commerce électronique

Objectifs : reconnaître et cerner les notions de pointe en affaires et commerce électronique. Distinguer les concepts et les composantes des thématiques clés en accentuant sur les aspects technologiques du développement et du déploiement. Conceptualiser l'intelligence d'affaires, le eCRM, la géobusiness et la géomarketing.

Contenu : notions fondamentales de : gestion de la relation client, entrepôt de données, intelligence d'affaires, géobusiness et géomarketing, technologies portables et sans fil, technologies actuelles et évolutions futurs (normes et standards, joueurs clés, enjeux, etc.).

GCE 840 (3 cr.)

Implantation et commerce électronique

Objectif : en tenant compte de l'évolution de l'intervention-essai et de ses caractéristiques, appliquer un ou plusieurs principes d'implantation d'un projet de commerce électronique.

Contenu : concepts d'implantation en systèmes d'information et en commerce électronique. Stratégie d'implantation. Facteurs de succès. Application.

GIS 821 (3 cr.) _____

Technologie du commerce électronique

Objectifs : comprendre l'infrastructure de communication qui supporte le commerce électronique. Maîtriser les outils de programmation d'un site transactionnel.

Contenu : introduction aux topologies de réseaux, au matériel, aux protocoles de transmission, aux conventions régissant les noms de domaines, etc. Les aspects de sécurité et d'authentification. La programmation HTML et Java. Les interfaces avec les banques de données.

GIS 860 (3 cr.) _____

Séminaire de recherche appliquée

Objectifs :

- 1) Maîtriser les bases théoriques et pratiques nécessaires pour mener des recherches appliquées de qualité en systèmes d'information et de décision. Être en mesure de comprendre la démarche et d'évaluer la qualité des recherches et rapports de consultation produits par d'autres.
- 2) Définir un projet de recherche appliquée en système d'information et de décision, choisir une méthode appropriée de récolte et de traitement des données et appliquer une de ces méthodes.

Contenu : les sources de données secondaires et les ressources documentaires. L'approche scientifique. Le processus et la proposition de recherche ou d'intervention. Les stratégies de recherche appliquée. La mesure des variables. L'échantillonnage et l'enquête. L'enquête par questionnaire. L'entretien non directif, l'entrevue de groupe et la méthode Delphi. L'observation et l'analyse de contenu. L'expérimentation et les études de cas. L'éthique en recherche appliquée. La structure et la présentation d'un rapport de recherche appliquée. La réalisation d'un projet de recherche d'équipe en systèmes d'information.

MAR 824 (3 cr.) _____

Marketing et commerce électronique

Objectifs : distinguer les particularités du cybermarketing. Évaluer les différentes possibilités d'interactions avec l'auditoire. Concevoir une stratégie de cybermarketing.

Contenu : le cyberconsommateur. Segmentation, différenciation et positionnement. Produit numérique et cybermarque. Formes de cyberpublicité. Chaîne de valeur virtuelle. Acquisition, développement et gestion de la relation client (eCRM). Service à la clientèle et support.

MAR 862 (3 cr.) _____

Méthodes de recherche en marketing

Objectif : apprendre et mettre en pratique les concepts de la recherche en marketing de façon à pouvoir formuler et mener à terme un projet de recherche.

Contenu : la recherche en marketing sous l'angle de la démarche scientifique traditionnelle : une approche critique. L'examen des connaissances existantes. La mesure des concepts en marketing : techniques de *scaling* unidimensionnel. La fidélité et la validité des mesures. La recherche qualitative. L'observation et l'enquête. La méthode expérimentale. Théorie et pratique de l'échantillonnage. L'analyse statistique des données.

MEM 800 (15 cr.) _____

Mémoire

Objectif : choisir, planifier, effectuer et exposer par écrit le contenu d'une recherche scientifique en suivant le schéma classique de la mise en correspondance d'un cadre théorique et de données empiriques.

Contenu : proposition de recherche, revue de la littérature, choix d'un cadre théorique, définition des hypothèses de recherche, choix d'une méthodologie, collecte des données, analyse des résultats, rédaction et présentation orale. Cette activité pédagogique s'organise autour des activités pédagogiques ADM 891, ADM 892, ADM 893, Activités de recherche I, II, III.

MQG 810 (3 cr.) _____

Traitement statistique des données

Objectif : se familiariser avec le traitement et l'analyse statistique des données et avec l'utilisation d'un logiciel informatique classique.

Contenu : introduction à l'utilisation du logiciel SPSS. Son application aux problèmes de nature univariée : distributions, moyenne, variance, proportions. Situations bivariées : corrélation, régression simple, comparaison de moyennes, tableaux croisés. Problèmes multivariés : régression multiple, analyse de variance à plusieurs facteurs, analyse factorielle, analyse discriminante, analyse de groupement.