

S8 - INFORMATIQUE COMMERCIALE

Les savoirs de l'Informatique Commerciale doivent être abordés en relation avec les autres savoirs (S4 à S7).

Les objectifs généraux sont :

- de sensibiliser les étudiants à l'impact des TIC sur le système d'information de l'unité commerciale,
- de permettre à l'étudiant d'analyser sa pratique des TIC par rapport à sa pratique professionnelle,
- de lui permettre d'utiliser quotidiennement les TIC.

SAVOIRS	LIMITES DES CONNAISSANCES	COMMENTAIRES
<p><u>S81 - L'information commerciale, ressource stratégique</u></p>	<p>L'information commerciale est la matière première de l'activité commerciale. La connaissance de la place et du rôle de cette information est indispensable à l'activité quotidienne. La maîtrise de l'information est une ressource importante pour l'unité commerciale.</p>	<p>L'immersion dans l'entreprise partenaire doit permettre à l'étudiant de mesurer l'importance de l'information commerciale pour sa pratique professionnelle et pour l'unité commerciale. (S411)</p>
<p>811 - Les différents types d'information commerciale</p>	<p>Identifier les différentes sources, les différentes variables, les différents acteurs participant au système d'information commercial : clients, produits, marchés, partenaires... Prendre en compte les données concernant les clients de types socio-démographiques et comportementales (qualitative et quantitative).</p>	<p>La diversité des sources d'information doit être privilégiée. Un cadre professionnel doit servir de support. (S422)</p>
<p>812 - La qualité de l'information commerciale</p>	<p>Définir les critères d'une information commerciale exploitable : fiabilité, sécurité, pertinence, disponibilité. Identifier et justifier les différents coûts : coût d'accès, coût d'utilisation, coût de stockage.</p>	<p>Les critères sont définis à partir de l'exploitation d'une problématique issue d'une mise en situation où d'une mission préparatoire. Les coûts ne sont pas à calculer, il s'agit de sensibiliser aux différents coûts liés à la recherche, l'exploitation et la diffusion de l'information.</p>
<p>813 - L'accès à l'information</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ veille informationnelle ▪ fonctions d'un moteur de recherche ▪ protocole de sécurisation des 	<p>Valider et de vérifier la pertinence des sources. Utiliser les opérateurs logiques dans un moteur de recherche.</p>	<p>La veille informationnelle doit répondre à une méthodologie adaptée au domaine de la veille (veille spécialisée, veille généraliste, ...). On insistera sur l'état d'esprit (curiosité, rigueur,</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ informations, identification des sources et qualification. 	<p>Justifier l'utilisation des protocoles de sécurisation des échanges et des documents (SSL, PGP, ...).</p>	<p>régularité, ...) nécessaire à la veille informationnelle à travers une mise en œuvre sur la durée de la formation. On peut envisager d'installer une véritable cellule de veille comme élément fédérateur d'une pratique régulière et d'adhésion à une culture.</p> <p>Les pratiques de l'équipe pédagogique, à travers un espace de travail collaboratif, doivent permettre une diffusion des résultats de la veille (GED, forum, base de connaissances,...).</p> <p>On privilégiera la présentation des TLD (Top Level Domain, nom de domaine dans les adresses des sites) pour valider les sources issues de l'Internet.</p> <p>Les opérateurs logiques seront présentés à partir de différents moteurs de recherche ; avec utilisation des opérateurs booléens et leurs combinaisons, avec des opérateurs de recherche avancée.</p> <p>Les résultats obtenus doivent amener l'étudiant à s'interroger sur la pertinence de la démarche..</p> <p>Les fonctions d'un moteur de recherche sont appréhendées à partir d'une mise en situation.</p> <p>Les protocoles de sécurisation seront mis en œuvre dans le cadre d'échange d'informations et de données.</p>
<p><u>S82 - L'organisation de l'information :</u></p> <p>821 - L'organisation des informations :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ systèmes d'information ▪ analyse de l'organisation d'une base de données ▪ architecture 	<p>L'utilisation quotidienne de l'information nécessite de comprendre les principes d'organisation qui la régissent.</p> <p>Analyser, dans le cadre d'une architecture existante (jusqu'à la présentation du client/serveur), la structuration des données à travers des représentations schématiques (données et traitement).</p> <p>Analyser le cahier des charges et la démarche</p>	<p>L'équipement informatique de l'établissement doit permettre une utilisation quotidienne dans l'organisation des pratiques pédagogiques.</p> <p>L'entreprise partenaire doit pouvoir mettre à disposition du stagiaire (pour la durée du stage et des missions préparatoires) les ressources informatiques nécessaires.</p> <p>L'architecture présentée doit appartenir à une unité commerciale (S411 : le système d'information mercatique). Il peut s'agir d'une partie du système d'information.</p> <p>Toutes les formes de présentation schématisée d'un</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ stockage 	<p>stratégique de l'unité commerciale.</p>	<p>système d'information sont acceptées. L'organisation d'une base est présentée à partir de son implantation logique (Modèle Physique des Données). Le schéma entité-relation (Modèle Conceptuel des Données) sera privilégié pour la présentation statique de la base. Les diagrammes de cas d'utilisation servent à présenter les contextes d'utilisation.</p>
<p>822 - L'organisation physique et matérielle :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ analyse des technologies permettant de constituer un réseau ▪ description des éléments constituant un réseau ▪ définition d'un Intranet, d'un Extranet et de l'Internet ▪ accès et procédures d'accès 	<p>Déterminer, en tenant compte d'un espace organisé (espace dédié, unité commerciale, salle de réunion) et dans le cadre d'une situation commerciale donnée, les ressources informatiques nécessaires.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ type de matériel (fonctionnalités) ▪ famille de logiciel (bureautiques, progiciels, organisation PGI) ▪ les moyens d'accès sécurisés aux ressources (accès à un serveur interne ou externe). 	<p>L'analyse des technologies ne doit pas conduire à une présentation technique (caractéristique et performance des composants). La présentation des fonctionnalités des composants doit permettre une compréhension du système existant (avantages et limites) et d'établir un dialogue avec des « experts » pour proposer les adaptations nécessaires. Il est important d'insister sur la notion de sécurité et de confidentialité de l'accès aux ressources. L'organisation des unités commerciales « virtuelles » (S421 : la vente à distance et les unités commerciales « virtuelles ») doit être présentée à partir de l'observation de cas concrets. La section doit mettre en œuvre un Intranet pour mettre à disposition des ressources pédagogiques. Le poste de travail est considéré comme multi-utilisateurs avec connexion possible à un réseau.</p>
<p>823 - Le poste de travail du commercial :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ poste de travail fixe ou mobile. ▪ organisation de son information commerciale (profil, bureau, applicatifs) 	<p>Définir et justifier les capacités du matériel en veillant à :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ l'accès au poste de travail et aux données personnelles, ▪ l'organisation des données en traitement et en stockage (organisation de ses espaces disques). 	<p>Les applicatifs nécessaires à la sécurisation du poste de travail sont également présentés (anti-virus, <i>firewall</i>, sauvegarde) dans leurs fonctions.</p>
<p><u>S83 - Le travail collaboratif :</u></p>	<p>L'activité quotidienne nécessite la mutualisation de nombreuses ressources. Elle implique des échanges au sein de l'unité commerciale et avec les partenaires commerciaux.</p>	<p>Le travail collaboratif doit être mis en œuvre dans le cadre des pratiques pédagogiques et de mise en situation professionnelle. Les savoirs de cette partie sont à associer aux savoirs</p>

<p>831 - La mutualisation et le partage de l'information commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ définition de l'espace collaboratif ▪ objectifs, intérêt ▪ règles de déontologie ▪ limites. <p>832 - L'organisation des échanges</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ identification et rôle des acteurs ▪ typologie des échanges électroniques ▪ droits d'accès ▪ nature des informations échangées <p>833 - La mise en œuvre du travail collaboratif</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ agenda partagé, vidéo et visio-conférence, e-learning ▪ échange de données électroniques/informatiques, ▪ gestion des documents électroniques/informatiques ▪ messageries, forums en temps réel ou décalé 	<p>Démontrer l'efficacité du travail collaboratif Insister sur l'état d'esprit, la culture et les démarches nécessaires. Définir les limites (rendement décroissant).</p> <p>Justifier la création et l'ouverture des comptes des utilisateurs. Définir le statut et les droits d'accès. Caractériser la typologie des échanges (message, document, discussion) en fonction de la nature des l'informations.</p> <p>Justifier la mise en œuvre les outils du travail collaboratif dans toute situation à caractère professionnel.</p>	<p>du management des unités commerciales (S5) L'efficacité ne peut être démontrée qu'à travers une utilisation quotidienne.</p> <p>Les droits d'accès sont associés à des individus et des groupes sur les fichiers et répertoires. Les étudiants, dans le cadre d'une activité, doivent administrer les droits d'un groupe. La typologie des échanges doit être caractérisée à travers des activités de management de l'équipe (S54 : l'organisation de l'équipe). Un espace de travail collaboratif est mis à disposition des étudiants et de l'équipe pédagogique.</p> <p>Les pratiques pédagogiques doivent intégrer un volet de gestion des documents (GED) pour les étudiants et les professeurs.</p> <p>La mise en œuvre des outils du travail collaboratif doit permettre d'animer et de gérer l'équipe (S54 : l'organisation de l'équipe). Les échanges entre les enseignants, les étudiants et les entreprises partenaires doivent se faire par le biais de ces outils.</p>
<p><u>S84 – Informatique appliquée à la gestion de la relation avec la clientèle :</u></p>	<p>La gestion de la relation avec la clientèle conduit à mobiliser des informations de nature très variée. L'informatisation de cette activité se traduit par l'utilisation de nombreuses ressources logicielles à travers des bases de données.</p>	<p>Les bases de données mises à disposition des étudiants sont constituées d'un nombre d'enregistrements suffisants pour rendre l'exploitation nécessaire par l'outil informatique. Ces bases sont orientées client. Il conviendra de limiter le domaine de la base à des exploitations qui demeurent significatives et représentatives du système</p>

<p>841 - Qualification des données clientèle</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ utilisation des procédures de consultation des bases de données ▪ analyse et formalisation d'un besoin d'information ▪ procédures de mise à jour et d'enrichissement ▪ fonctions d'un logiciel de GRC <p>842 - La segmentation de la clientèle</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ définition des critères ▪ détermination et identification des cibles <p>843 - Les actions personnalisées</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ analyse et formalisation d'un scénario de campagne ▪ simulations d'offres : temps, coût, résultat, marge 	<p>Justifier le recours à un système de requêtage. (à partir d'une base de données existante, dans le cadre d'objectifs définis) en insistant notamment sur l'instruction SELECT du <i>SQL</i>.</p> <p>Justifier le recours aux fonctionnalités d'un logiciel de GRC.</p> <p>A partir d'une base de données existante, dans le cadre des objectifs de l'unité commerciale, les requêtes ou les applicatifs utilisés permettent de répondre aux besoins d'informations et d'actions.</p> <p>Identifier les différentes étapes</p> <p>Justifier le recours à un outil informatique adapté.</p>	<p>d'information de l'unité commerciale.</p> <p>Les requêtes doivent répondre à des besoins d'information en relation avec des problématiques de l'unité commerciale.</p> <p>Les requêtes sont présentées sous forme graphique (toutes les présentations sont acceptées) et avec le langage SQL.</p> <p>L'instruction SELECT fera référence à des champs existants, avec utilisation de fonctions (count, sum, max, min, avg) et introduction de champs calculés (avec et sans paramètre).</p> <p>L'instruction SELECT sera étudiée dans le cas de besoins d'information mono et multi-tables.</p> <p>Les opérateurs AND et OR seront inclus dans les restrictions.</p> <p>La notion de groupement (GROUP BY) sera introduite.</p> <p>On présentera le rôle de la CNIL.</p> <p>La qualification des données clientèle doit se faire à partir de l'exploitation d'une base.</p> <p>La segmentation de la clientèle doit se faire à partir de l'exploitation d'une base (S422 : le comportement des clients de l'unité commerciale).</p> <p>Le scénario de campagne est analysé et formalisé à partir d'un cahier des charges fourni par l'enseignant ou par l'entreprise partenaire.</p> <p>Les différentes étapes du scénario doivent être en relation avec les contraintes de l'unité commerciale.</p>
---	--	--

<p>852 - L'élaboration de l'offre adaptée à l'unité commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ fonctions des applicatifs de la chaîne logistique (<i>supply chain</i>), des approvisionnements, <i>e-procurement</i>, <p>853 - la mise en place de l'offre dans l'unité commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ recherche de l'optimisation des surfaces ▪ fonctions des logiciels de marchandisage ▪ fonctions des logiciels de géomarketing 	<p>Clarifier les différents maillons de la chaîne logistique. Présenter les principales fonctions des logiciels spécialisés.</p> <p>Présenter les principaux logiciels d'optimisation de l'offre.</p>	<p>(S423), (S432), (S541), (S55). On privilégiera une présentation schématisée des différents logiciels dans le centre de formation. L'étudiant pourra éventuellement utiliser ces logiciels dans l'entreprise partenaire. (S424), (S432)</p> <p>On privilégiera une présentation schématisée des différents logiciels dans le centre de formation. L'étudiant pourra éventuellement utiliser ces logiciels dans l'entreprise partenaire. Les modèles et données sont fournis aux étudiants. (S422), (S423)</p>
<p><u>S86 - Informatique appliquée à la gestion de l'unité commerciale :</u></p> <p>861 - L'élaboration du tableau de bord</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ définition et choix des indicateurs ▪ fonctions d'un applicatif de prévision ou de simulation <p>862 - Le suivi des objectifs et le contrôle des performances</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ automatisation des séquences de calculs : tableur, base de données, graphes, ▪ logiciels spécifiques (gestion commerciale, suivi de trésorerie, ...) 	<p>Le suivi de l'activité de l'unité commerciale implique la conception et/ou l'utilisation d'outils de mesure de la performance. Ce suivi conduit à l'utilisation de logiciels et progiciels.</p> <p>Décrire les principales fonctionnalités d'un tableur. Systématiser le recours à l'automatisation des chaînes de calcul.</p> <p>Décrire les principales fonctionnalités des logiciels et justifier le choix de l'outil. Systématiser le recours à l'automatisation des chaînes de calcul.</p>	<p>Ces différents points sont à traiter en liaison (en parallèle) avec les savoirs de gestion des unités commerciales (S6), de management de l'unité commerciale (S5), de mercatique (S4)</p> <p>Les fonctionnalités d'un tableur se limitent aux fonctions intégrées. La programmation d'une fonction n'est pas abordée. L'automatisation des chaînes de calcul sur tableur s'effectue entre feuilles de calcul du même fichier et entre feuilles de calcul de différents fichiers. En liaison avec (S412), (S522), (S533), (S651) En liaison avec (S425), (S611), (S612), (S613), (S614), (S615), (S616), (S622), (S623), (S624), (S631), (S623), (S642), (S643)</p>

<u>S87 – Présentation et diffusion de l'information commerciale</u>	La présentation et la diffusion de l'information commerciale doivent respecter les contraintes techniques et les principes de communication	Ces différents points sont à traiter en liaison avec les savoirs de communication (S7) et de management des unités commerciales (S5).
871 - La définition de l'identité graphique de l'unité commerciale <ul style="list-style-type: none"> ▪ conséquences de la charte graphique ▪ déclinaison de l'identité visuelle et graphique 	Décrire et analyser l'identité graphique de l'unité commerciale.	L'identité graphique est découverte à travers l'observation et l'étude de documents, de sites. Les informations collectées seront exploitées dans les savoirs de communication. (S432), (S725)
872 - L'élaboration des supports de communication	Justifier le recours aux logiciels adaptés (texteur, PAO, PréAO, logiciels de traitement d'images, d'assistance à la création de sites, messagerie).	Les aspects statiques et dynamiques d'un site seront étudiés à travers des logiciels « graphiques ». La programmation n'est pas abordée. Les différents formats de fichiers (poids, qualité) seront analysés et comparés. L'élaboration est faite dans une optique professionnelle. (S423), (S725)
873 - Les modalités de la diffusion de l'information commerciale <ul style="list-style-type: none"> ▪ compte-rendus d'activité ▪ fonctions des outils de communication, informatique et audiovisuel 	Expliquez les modalités de la remontée d'informations. Décrire les principales fonctionnalités des logiciels et justifier le choix de l'outil.	Les paramètres de configuration de courrier électronique sont connus. Le logiciel de courrier électronique doit permettre d'émettre et de recevoir des pièces jointes, de gérer de manière optimale le courrier reçu, de diffuser de l'information par le biais de listes. On privilégiera pour les présentations orales le recours aux outils audiovisuels (rétroprojecteur, vidéoprojecteur). (S423), (S725)