



LCA.G1 Commerce électronique

Description des cours

SESSION I

410-G01-UC Le commerce à l'ère numérique

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure de caractériser les fonctions de travail liées au commerce à l'ère numérique ainsi que leurs conditions d'exercice.

410-G02-UC Commerce électronique : l'étude du marché et son évolution

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure de rechercher et d'analyser des données commerciales afin d'effectuer une étude de marché pour un produit ou un service destiné au commerce électronique.

410-G03-UC Aspects juridiques du commerce électronique

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure d'utiliser des sources de droit s'appliquant aux activités du commerce électronique et à l'exercice de la profession.

410-G04-UC Fonctions d'un logiciel de traitement de texte

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure d'utiliser adéquatement les fonctions essentielles d'un logiciel de traitement de texte permettant d'être plus efficace dans la rédaction d'un texte ou d'un rapport.

410-G05-UC Introduction à l'anglais des affaires

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure de traiter en anglais avec des clientes ou clients, des fournisseurs et des partenaires afin de répondre adéquatement aux demandes en ligne.

SESSION II

410-G06-UC Stratégies de promotion dans les médias sociaux

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure d'analyser l'image commerciale de l'entreprise, de déterminer les objectifs de communication, de créer un calendrier de publication stratégique, de produire le contenu à promouvoir sur les médias sociaux, de veiller à sa diffusion, d'évaluer les résultats des activités promotionnelles et de proposer des moyens visant à améliorer la stratégie de communication.

410-G07-UC Commerce électronique : l'étude de l'offre et de la demande

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure de recueillir et de traiter des données commerciales afin d'effectuer une étude de l'offre et de la demande pour un produit ou un service destiné au commerce électronique.

410-G08-UC Négociation et transaction commerciale en anglais

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure de négocier avec des fournisseurs anglophones en vue de conclure des ententes et de rédiger de la documentation appropriée en respect des règles grammaticales et orthographiques.

410-G09-UC Logiciel comptable infonuagique

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure de produire des factures, des rapports comptables et d'automatiser des tâches dans un contexte de gestion du commerce électronique, et ce, par l'utilisation d'un logiciel comptable infonuagique et de plugiciels.

589-G10-UC Vente en ligne sur les plateformes SaaS : Shopify et plugiciels

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure de créer des boutiques en ligne par l'utilisation de plateformes SaaS et des plugiciels disponibles afin de conclure une vente de produits ou de services en ligne. Afin d'y parvenir, la coordonnatrice ou le coordonnateur de la commercialisation participera à des rencontres virtuelles avec des clients, présentera des arguments de vente et conviendra des conditions de l'entente.

589-G11-UC Optimisation des contenus textuels publicitaires (SEO)

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure de rédiger des textes de publicité et de promotion selon les règles de l'industrie en matière de *Search Engine Optimization* (SEO) afin d'optimiser le potentiel de vente de produits ou de services en ligne.

SESSION III

410-G12-UC Commerce électronique et logiciel CRM

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure d'utiliser un logiciel de type *Customer Relationship Management* (CRM) afin de communiquer et interagir dans un contexte de gestion commerciale en ligne, notamment par l'établissement de rapports avec des fournisseurs et des clients en vue d'optimiser le taux de conversion des ventes et l'amélioration du service à la clientèle.

410-G13-UC Plan de marketing numérique et stratégies novatrices

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure d'analyser l'information nécessaire à l'établissement du plan de marketing numérique, d'établir les objectifs, la stratégie et le budget en plus de concevoir le plan, le mettre en place et en assurer le suivi.

410-G14-UC Commerce électronique : Analyse interne et externe en gestion stratégique

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure d'effectuer une analyse interne et externe de l'entreprise en vue de poser un constat précis et d'apporter les changements nécessaires afin d'optimiser la croissance du commerce électronique.

589-G15-UC Vente en ligne sur les plateformes Open-Source : WordPress et WooCommerce

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure de créer des boutiques en ligne par l'utilisation de plateformes Open-Source afin de conclure une vente de produits ou de services en ligne. Afin d'y parvenir, la coordonnatrice ou le coordonnateur de la commercialisation participera à des rencontres virtuelles avec des clients, présentera des arguments de vente et conviendra des conditions de l'entente.

410-G16-UC Processus de gestion du commerce électronique et Web analytique

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure d'appliquer un processus de gestion dans un contexte de commercialisation d'un produit ou d'un service en ligne et d'analyser l'audience et les comportements d'achats en ligne par l'utilisation des outils du Web analytique.

SESSION IV

410-G17-UC Pages d'atterrissage et tunnels de vente

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure d'élaborer un plan de promotion qui comprend l'utilisation adéquate de pages d'atterrissage et de tunnels de vente, de planifier la campagne et d'évaluer l'efficacité de cette dernière.

410-G18-UC Gestion d'un commerce de distribution directe

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure de gérer les activités d'un commerce de distribution directe par l'acquisition de produits locaux et étrangers, par l'évaluation des risques associés au commerce avec l'étranger et par la préparation d'une stratégie de commercialisation de produits physiques.

410-G19-UC Gestion du service à la clientèle en ligne

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure de mettre en place et superviser le service à la clientèle en ligne, d'en déterminer les particularités, de gérer la qualité du service offert et d'assurer un suivi auprès des clientes et des clients.

410-G20-UC Programmes et plateformes d'affiliation

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure de proposer des produits et services par l'entremise de programmes d'affiliation et de l'utilisation des plateformes les plus courantes dans ce secteur afin de solliciter des clientes et des clients potentiels pour conclure des ventes.

410-G21-UC Intellection, déploiement et gestion d'une boutique en ligne

À la fin de ce cours, l'étudiant.e sera en mesure d'analyser la demande et la faisabilité d'un projet de déploiement d'une boutique en ligne, de planifier et organiser les activités du projet, de coordonner les activités du projet et d'en assurer le suivi.



**COLLÈGE
UNIVERSEL**
CAMPUS GATINEAU

LCA.G1 E-Commerce

Course Description

SEMESTER I

410-G01-UC Trade in the Digital Age

At the end of this course, the student will be able to characterize the work functions related to commerce in the digital age as well as their conditions of exercise.

410-G02-UC E-Commerce : Market Research an its Evolution

At the end of this course, the student will be able to research and analyze commercial data to carry out market research for a product or service sold online.

410-G03-UC Legal Aspects of E-Commerce

At the end of this course, the student will be able to use sources of law applicable to e-commerce activities and the practice of the profession.

410-G04-UC Functions of Word Processing Software

At the end of this course, the student will be able to adequately use the essential functions of word processing software to be more efficient in writing a text or a report.

410-G05-UC Introduction to Business English

At the end of this course, the student will be able to deal in English with customers, suppliers, and partners to adequately respond to online requests.

SEMESTER II

410-G06-UC Social Media and Promotion Strategies

At the end of this course, the student will be able to analyze the commercial image of the company, determine the communication objectives, create a strategic publication calendar, produce the content to be promoted on social media, overseeing its distribution, evaluating the results of promotional activities, and proposing ways to improve the communication strategy.

410-G07-UC E-Commerce : The Study of Supply and Demand

At the end of this course, the student will be able to collect and process commercial data to carry out a study of supply and demand for a product or service intended for electronic commerce.

410-G08-UC Negotiation and Commercial Transaction in English

At the end of this course, the student will be able to negotiate with English-speaking suppliers to conclude agreements and write appropriate documentation in accordance with grammatical and spelling rules.

410-G09-UC Cloud Accounting Software

At the end of this course, the student will be able to produce invoices, accounting reports and automate tasks in an e-commerce management context, using accounting software, cloud computing and plugins.

589-G10-UC Online Sales on SaaS Platforms : Shopify and Plugins

At the end of this course, the student will be able to create online stores using SaaS platforms and plug-ins in order to conclude a sale of products or services online. To achieve this, the Marketing Coordinator will participate in e-meetings with customers, conduct sales pitches and agree on the terms of the agreement.

589-G11-UC Optimization of Advertising Content (SEO)

At the end of this course, the student will be able to write advertising and promotional texts according to the rules of the industry in terms of Search Engine Optimization (SEO) to optimize the sales potential of products or online services.

SEMESTER III

410-G12-UC E-Commerce and CRM Software

At the end of this course, the student will be able to use Customer Relationship Management (CRM) software to communicate and interact in an online business management context, by establishing relationships with suppliers and customers to optimize the sales conversion rate and improve customer service.

410-G13-UC Digital Marketing Plan and Innovative Strategies

At the end of this course, the student will be able to analyze the information necessary to establish the digital marketing plan, to establish the objectives, the strategy, and the budget in addition to designing the plan, implement it and monitor it.

410-G14-UC E-Commerce : Internal and External Analysis in Strategic Management

At the end of this course, the student will be able to carry out an internal and external analysis of the company to make precise observations and apply the necessary changes to optimize the growth of e-commerce.

589-G15-UC Online Sales on Open-Source Platforms : WordPress and WooCommerce

At the end of this course, the student will be able to create online stores using Open-Source platforms in order to conclude a sale of products or services online. To achieve this, the Marketing Coordinator will participate in e-meetings with customers, present sales pitches and agree on the terms of the agreement.

410-G16-UC E-Commerce Management Process and Web Analytics

At the end of this course, the student will be able to apply a management process in the context of marketing a product or service online and to analyze the audience and behaviors of online shopping using web analytics tools.

SEMESTER IV

410-G17-UC Landing Pages and Sales Funnels

At the end of this course, the student will be able to develop a promotion plan that includes the proper use of landing pages and sales funnels, plan the online marketing campaign, and evaluate its effectiveness.

410-G18-UC Management of a Direct Distribution Business

At the end of this course, the student will be able to manage the activities of a direct distribution (Drop Shipping) business by acquiring local and foreign products, by assessing the risks associated with foreign trade and by preparing a digital marketing strategy for the online sales of physical products.

410-G19-UC Online Customer Service Management

At the end of this course, the student will be able to set up and supervise online customer service, determine its particularities, manage the quality of the service offered and follow up with clients.

410-G20-UC Affiliate Programs and Platforms

At the end of this course, the student will be able to offer products and services through affiliate programs and the use of the most common platforms in this sector to solicit potential customers to close sales.

410-G21-UC Design, Deployment and Management of an Online Store

At the end of this course, the student will be able to analyze the demand and feasibility of an online store deployment project, plan and organize project activities, coordinate the activities of the project and to monitor it.