



République Algérienne Démocratique et Populaire



Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université des Sciences et de la Technologie Houari Boumediène

Faculté d'Electronique et d'Informatique
Département Informatique

Mémoire de Licence

Spécialité:

Ingénierie des Systèmes d'Information et des Logiciels

Thème

Conception et réalisation d'une place de marché électronique

Sujet proposé et dirigé par :

Mlle: ZEGHACHE Linda

Présenté par :

- OUDNI Nabil Aissa
- KHERBACHI Yanis

Devant le jury composé de :

BOUGHACI Président

CHENAIT Membre

Organisme d'accueil :

Centre de Recherche sur
l'Information Scientifique et
Technique

Binôme n° : 001 / 2017

Table des matieres

Introduction générale	6
CHAPITRE 1 : Le E-commerce	6
1.1 Qu'est ce que le e-commerce.....	6
1.2 Formes de commerce électronique.....	7
1.3 Strategies et acteurs du e-commerce.....	7
1.4 Les étapes d'une transaction.....	8
1.5 Le paiement en ligne.....	9
1.5.1 Les différentes solutions de paiement en ligne.....	9
1.5.1.1 La carte bancaire.....	9
1.5.1.2 L'e-carte bleue.....	9
1.5.1.3 Paiement par intermédiaires.....	10
1.5.1.4 Paiement par téléphone.....	10
1.5.2 Contraintes logistiques du e-commerce.....	10
1.6 Avantages et inconvénients du commerce électronique.....	11
1. Avantages.....	11
a. Pour les entreprises.....	11
b. Pour les clients.....	11
2. Inconvénients.....	11
a. Pour les entreprises.....	11
b. Pour les clients.....	11
1.7 Le e-commerce en Algérie.....	12
1.8 Perspective d'avenir.....	12
CHAPITRE 2 : Les places de marché - MarketPlaces	13
2.1 Qu'est ce qu'une place de marché (marketPlace).....	13
2.2 Typologie de MarketPlace.....	13
2.3 Différence entre marketplace et site e-commerce.....	14
2.4 Principe de fonctionnement.....	14
2.5 Etude de places de marché.....	15
2.5.1 Amazon.....	15
2.5.2 EBay.....	16
2.5.3 AliBaba.....	17
2.5.4 Jumia.....	18
CHAPITRE 3 : Conception du système	20
3.1 Objectifs du système.....	20
3.2 Schéma général.....	21
3.3 Architecture détaillée.....	21
3.5 Conception de la base de donnée.....	23
3.4 Conception UML.....	23
3.4.1 Diagramme de cas d'utilisation.....	23
3.4.2 Diagramme d'activité de commande.....	26
3.4.3 Diagramme de séquence de gestion de commande.....	27
3.4.4 Diagramme de classe.....	29
CHAPITRE 4 : Réalisation et implementation	30
4.1 Choix des solutions et description des langages choisis.....	30
4.2 Sécurité.....	31
4.3 Présentation du système.....	31
Conclusion générale	35

Table des figures

Figure 1.1 - Etapes d'une transaction en ligne	8
Figure 2.2 Schéma général d'une place de marché	21

RÉSUMÉ

Le commerce électronique (e-commerce) a connu ces dernières années une très forte croissance, un développement exponentiel grâce notamment au développement des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), L'essor de la vente en ligne et l'avènement du commerce multicanal oblige les entreprises à adapter en profondeur leurs activités; internet s'invite dans toutes les strates du commerce traditionnel.

Dans sa forme la plus simple, le commerce en ligne consiste à héberger un catalogue de produits d'une entreprise sur un serveur Web afin que des clients puissent consulter les produits et services proposés et passer commande. Des perspectives d'évolution se sont vues conjuguer au commerce en ligne avec l'apparition des Marketplace.

Le concept de Marketplace – Place de marché - en français se définit par la mise en relation directe des acheteurs et des vendeurs sur un espace virtuel géré par un tiers, Cette interface a pour rôle de regrouper un plus large panel de produits, de marchands et potentiellement plus de clients, suivant une organisation optimale. Cette version évoluée des plateformes e-commerce donne les moyens à l'e-commerçant de proposer plus d'offres, sans infrastructure supplémentaire, la clé de la réussite pour une Marketplace est d'offrir un contenu pertinent, fluide et adapté au modèle économique ainsi qu'un système logistique performant.

Le travail présent vise à réaliser une plateforme Marketplace répondant aux exigences et aux normes actuelles, contenant un catalogue produits, un panier virtuel, un système de gestion de commandes, repartit en 3 interfaces distincte ; interface client, interface marchand et interface administrateur.

Le système mis en place après conception et réalisation, a permis une intermédiation entre différents types de marchands souhaitant digitaliser leurs activités; vendeurs, producteurs, grossistes etc., avec un potentiel client très important.

Mot clés : e-commerce, marketplace, Conception, panier virtuel, gestion de commande, logistique, interfaces