

Corrigé L'ESN BILLETTO

1. Présenter les gains attendus de cette solution pour les parties prenantes du projet.

Les parties prenantes sont l'ESN Billetto, la Marie d'Amiens, les utilisateurs du service.

ESN :

Déployer une solution clé en main et se rémunérer à l'utilisation du service.

La ville : se prévaloir d'une offre innovante adaptée à la cible, développer l'ambition culturelle de la ville, mesurer et gérer la réputation des offres proposées, gérer des partenariats culturels.

Les utilisateurs : avoir un service en temps réel pour utiliser une offre culturelle attractive (financièrement) et sécurisée.

2. Compte tenu des contraintes de ressources et de temps, critiquer la planification proposée et présenter deux améliorations possibles.

La solution proposée n'est pas possible.

En effet, elle nécessiterait d'avoir 3 personnes affectées sur le projet. Or il n'y en a que deux. Par ailleurs, en mettant 2 personnes sur les tâches A et B la durée diminuerait de moitié. Vu le délai imparti, pour ouvrir le service au 1er septembre, avec 30j de durée de projet cela fait peser un fort risque sur le projet.

Parmi les propositions d'amélioration :

- Faire glisser la tâche D en parallèle de la tâche C.
- Diminuer la durée de la tâche A (avec 2 personnes) elle passe à 5J
- Diminuer la durée de la tâche B (avec 2 personnes) elle passe à 10j
- Positionner la tâche B à la suite de la tâche A.
- On arriverait à une durée de projet de 25j. Ce qui laisse 5j de plus en marge.

3. À partir des données disponibles dans la base, proposer un indicateur témoignant d'un dynamisme du service et en préciser le sens.

Tout indicateur est accepté dès lors que l'élève en donne le sens et qu'il est cohérent avec le contexte.

- Nombre d'utilisateurs mesuré à différentes périodes, il doit augmenter pour témoigner du dynamisme
- Le nombre de places disponibles de chaque catégorie pour un spectacle donné, il doit être le plus bas possible.
- Le nombre de réservations par utilisateur sur une période donnée, il doit être le plus élevé possible
- ...

4. Proposer la requête qui donne le nombre de coupons disponibles pour l'utilisateur «Marinangelo ».

```
Select nbCouponsDisp
From Utilisateur
Where nomUti="Marinangelo" ;
```

Remarque : accepter tout formalisme.

5. Expliquer le rôle de la ligne 10.

Il s'agit d'une structure alternative (ou conditionnelle). Elle vérifie si le nombre de places disponibles est suffisant pour satisfaire la demande de l'utilisateur, ou que le nombre de coupons disponibles est suffisant pour permettre une réservation.

Traduction littérale : si la séance n'a plus de places disponibles ou que l'utilisateur n'a plus assez de coupons disponibles, alors... (lignes suivantes : on affiche un message d'erreur, etc.).

6. Dans le document 3, à la suite de la ligne 16, quelles sont les requêtes SQL qui vont permettre la mise à jour de la base de données ? Vous préciserez uniquement les types de requête et les tables concernées.

Requête INSERT INTO (insertion) qui crée un nouvel enregistrement dans la table RESERVATION.

Requête UPDATE (mise à jour) qui met à jour le nombre de places disponibles restantes pour la représentation dans la table REPRESENTATION

7. Les outils numériques améliorent-ils toujours l'intermédiation entre les usagers et les services offerts ?

La grille suivante permet de dresser un profil de candidat, construit sur ces trois groupes de critères, et peut aider à fixer la note :

Cette partie vise à évaluer si le candidat est capable :	Très insuffisant	Insuffisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
De raisonner en confrontant des connaissances générales en gestion à des situations d'organisation				
D'examiner les conditions de transfert des méthodes, des techniques et des outils mobilisés, à d'autres contextes organisationnels				
De rédiger une réponse synthétique, cohérente et argumentée				

Éléments de réponse non exhaustifs :

Liste d'outils numériques :

- Les réseaux.

- Les outils qui permettent coopération et collaboration : wiki, messagerie, blogs, réseau social, réseau social interne, listes de discussion, agenda partagé, espace numérique de travail (ENT), plateforme collaborative, intranet, extranet, PGI, workflow, les communautés de pratique.

Ces outils permettent entre autre l'intermédiation, c'est-à-dire la rencontre entre différents utilisateurs, ici des usagers demandeurs de services et les offreurs de services (ici par exemple la Ville). Les réseaux sociaux grand public (facebook, google+, MySpace) est spécialement dédiée à la circulation instantanée d'informations. Au sein de ces réseaux se créent des groupes en fonction de centres d'intérêts. Ces réseaux permettent un contact rapide, gratuit, géographiquement illimité et un partage d'informations large dans une communauté choisie. Les organisations ont intérêt à être présentes sur ces réseaux pour y acquérir de l'information (veille pour trouver de nouveaux gisements de valeur) et en diffuser sur ce nouveau canal de communication. Ces réseaux sont en effet étendus et peuvent avoir un rôle amplificateur (buzz). Les réseaux sociaux professionnels (viadéo, linkedin) sont aussi grand public, au sens où ils sont ouverts à tous, mais à visée davantage professionnelle telles que trouver des partenaires d'affaires (investisseurs, fournisseurs,..), augmenter sa visibilité sur le marché de l'emploi.

Les réseaux sociaux internes (RSI) ou réseaux sociaux d'entreprises (RSE) sont réservés aux membres d'une organisation. Chaque participant dispose d'un profil agrégeant son identité, ses compétences, ses expériences, ses centres d'intérêt. Cela facilite la recherche d'interlocuteurs et d'experts dans un domaine.

L'usage des réseaux sociaux internes doit permettre :

- Au quotidien : la résolution des problèmes ponctuels (réactivité), le rapprochement entre des équipes et ou des services, la constitution de communautés de pratique en fonction des besoins,
- A moyen et long terme : l'optimisation des processus (productivité), l'innovation par l'échange,
- A long terme : le partage, la capitalisation et la transmission de connaissances,

- Dans la gestion des ressources humaines : l'identification de compétences émergentes, la valorisation de l'individu, la personnalisation de la relation, le renforcement du sentiment d'appartenance (motivation).

Il existe de nombreux services d'intermédiation dans différents domaines à des fins commerciales : c'est le cas des sites de commerce en ligne, ou pas : l'économie sociale et solidaire, les rencontres, les artistes musicaux, les voyageurs.

La nature de cette intermédiation peut être commerciale, ou à plus forte valeur ajoutée, c'est-à-dire à des fins de collecte de données permettant d'alimenter le pilotage de l'organisation et d'être très réactive.

Avantages :

Meilleures diffusion, circulation de l'information et l'organisation du travail au sein de l'entreprise ou du public visé. Cela permet d'élargir la cible ou encore de s'adapter à une cible de plus en plus « connectée ».

Mobilité permise par certains outils numériques : l'utilisation des terminaux mobiles – comme les téléphones portables, les Smartphones ou les tablettes – est me une source de gain de temps des et comme un moyen efficace de partager l'information.

Le développement du numérique permet de communiquer plus facilement avec l'entourage professionnel : avec ses clients mais aussi avec ses collègues, et avec son supérieur hiérarchique En effet le numérique rend les relations avec les clients ou les collègues plus faciles, plus diversifiées, plus directes et plus fréquentes.

Les TIC et le numérique ont donc provoqué trois grands bouleversements dans les échanges :

- La dématérialisation de l'information qui facilite sa mémorisation, son traitement, sa duplication et sa circulation,
- La réduction de l'espace : l'information dématérialisée n'a pas besoin d'autre moyen de transport que les réseaux, très peu coûteux à l'unité, et peut être expédiée en tout lieu pourvu de réseau.
- La réduction du temps : cette information dématérialisée circule quasi-instantanément sur les réseaux

Inconvénients

Une certaine efficacité qui peut-être mise à mal par une forme de **déshumanisation** de la relation. **Le numérique peut avoir un impact négatif sur l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle.** En effet, cette possibilité de rester connecté peut rendre le travail plus envahissant et stressant.

L'équipement des salariés en outils numériques est très variable, que ce soit en fonction du type de poste, du secteur d'activité, de la taille de l'entreprise ou encore de l'âge du répondant.

Diversement équipés, les salariés n'ont pas tous le même degré de maîtrise des outils du numérique

Dans ce contexte, les salariés ne se sentent pas forcément suffisamment épaulés par leur entreprise Un manque qui peut s'avérer gênant alors même qu'une très large majorité des salariés estiment qu'avec le développement du numérique, il faut sans cesse s'adapter aux dernières évolutions.

Il n'est pas facile de faire cohabiter toutes ces nouvelles technologies. Par ailleurs, le partage d'informations n'est pas forcément naturel, l'information pouvant être source de pouvoir dans une organisation.

Dans toute organisation, une quantité importante de connaissances, de compétences et savoir-faire des individus est méconnue, sous-exploitée (car non partagée) ou perdue (au départ du salarié).

Le management de la connaissance (mise en place d'outils de veille, crowdsourcing, communautés de pratiques) a pour ambition d'identifier, pérenniser, valoriser et diffuser ces connaissances dans une communauté (intra ou inter organisationnelle).

Les échanges sont soumis à des risques de sécurité :

- L'échange peut être intercepté,

- Les personnes n'étant pas physiquement en présence, une tierce personne peut prendre l'identité d'une autre et ainsi créer un risque pour l'intégrité et la confidentialité des données.

Les risques compromettent l'intégrité des données :

- La suppression ou la modification de données (accidentelle ou malveillante) pouvant provoquer des dysfonctionnements du système d'information et donc de l'organisation.
- Le vol de données confidentielles (mettant en péril la compétitivité de l'organisation ou son image).