CHAPITRE 2 : ETUDE DE QUELQUES PLATEFORMES A CARACTERE SOCIAL

Depuis les années 2000, la présence des réseaux sociaux devient de plus en plus importante et tend à se multiplier selon diverses caractéristiques. Aujourd’hui, impossible de passer à côté des réseaux sociaux car ils affectent plusieurs domaines : le divertissement, l’entrepreneuriat, le commerce, la technologie, les sciences, la politique, même l’éducation n’est pas en reste. C’est ainsi qu’on observe une diversité de réseaux sociaux selon les domaines, les envies, ou encore les attentes des utilisateurs. Quels sont ces différents types de réseaux ? comment fonctionnent-ils ? Pour pousser vers la compréhension des plateformes à caractère social, nous allons de bout en bout faire une étude sur différents types de réseaux sociaux ensuite, nous allons ressortir la problématique que veut résoudre notre projet et en fin présenter son cahier de charge.

1. RESEAUX SOCIAUX GENERALISTES

Les réseaux sociaux généralistes sont des applications sur Internet ayant comme objectif principal de rassembler des amies, des connaissances ou des associés.

1. Description

Les réseaux sociaux généralistes présentent une orientation plus ou moins personnelle c’est-à-dire qu’ils permettent aux utilisateurs de retrouver des amies et de partager du contenu (photo, messages, commentaires…) quel qu’en soit le sujet avec leurs contacts. Chaque internaute a le droit de créer un profil limité à un réseau d’amis (proches ou inconnus) qu’il a accepté et ceux-ci pourront suivre leurs actualités. Les réseaux sociaux généralistes regroupent plusieurs catégories de personnes et permet souvent à des utilisateurs d’acquérir une certaine notoriété, c’est pour cette raison que plusieurs entreprises se créent des pages sur ces types de réseaux, afin de toucher le plus de monde possible.

Le principe d’un réseau social généraliste est le suivant : « l’ami de mon ami est mon ami » c’est-à-dire qu’il permet aux utilisateurs de retrouver des connaissances, qui à leur tour, leurs permettront de rentrer en contact avec d’autres personnes. De fil en aiguille, le réseau peut très vite devenir considérable.

* + 1. Fonctionnement

Généralement, une fois que l’utilisateur est inscrit sur le réseau, il doit créer un profil c’est-à-dire entrer des informations personnelles sur son identité, ses études et centre d’intérêts ; il peut rendre ses données publiques ou les conserver privées (uniquement ceux qu’il a accepté dans ses contacts les verront).

Les réseaux sociaux généralistes utilisent une espèce collecte d’informations c’est-à-dire que selon les données personnelles que l’utilisateur met à disposition du réseau (le lycée dans lequel il a fréquenté, son lieu de résidence, son sport favoris) on lui propose une liste d’amis qu’il pourrait connaitre ou encore s’abonner à des pages en rapport avec le sport qu’il aime. Il peut également retrouver des gens s’ils sont inscrits, à travers le moteur de recherche intégré et les ajouter à ses contacts.

La page d’accueil est souvent une colonne principale qui affiche le fil d’actualité des contacts figurants dans le carnet d’adresse de l’utilisateur ; ça peut être des photos, des vidéos ou des messages, des évènements auxquels ils ont participés, des groupes qu’ils ont rejoint etc… sur le profil s’affiche l’actualité et les informations personnelles de l’utilisateur; il peut manager sa page à sa guise, changer par exemple de photo de profils, poster des photos, éditer ses informations, choisir qui peut ou ne peut pas consulter son profil.

La communication entre les utilisateurs peut être synchrone (chat ou vidéo conférence) et asynchrone (commentaires, forum).

* + 1. Cas de Facebook

Facebook est un célèbre réseau social qui a été lancé en 2004 par Mark ZUCKERBERG. A la base, il était réservé aux étudiants de l’université d’Harvard mais depuis 2006, n’importe qui (âgé de 13 ans au minimum) peut s’y inscrire afin d’y construire son réseau. Cinq ans après son ouverture au grand public, on note plus de 600 millions d’utilisateurs, aujourd’hui nous sommes à plus de 2,6 milliards d’utilisateurs actifs par mois et 1,7 milliard d’utilisateurs actifs par jour dans le monde ; on remarque aussi que 47% de tous les utilisateurs de Facebook accèdent au site uniquement sur leur appareil mobile.

L’inscription sur Facebook est relativement facile il faut juste un navigateur qui permet de se connecter sur le site et le tour est joué ; lorsqu’on est sur le site, on remplit simplement le formulaire et on clique sur « inscription ». Une fois que l’utilisateur est inscrit, il peut éditer son profil comme cela lui convient mais ceci implique ajouter encore plus de données personnelles ; il peut voir le fil d’actualité qui est le plus souvent fait de postes d’autres utilisateurs (photos, vidéos, poste écrit…) et retrouver des amis grâce à la recherche, il lui suffit d’entrer le nom d’utilisateur de la personne qu’il cherche et son profil apparaitra.

Facebook permet à l’utilisateur de poster et de commenter du contenu grâce à un simple commentaire ou par des réactions comme « j’aime » ou encore « j’adore » et offre également une messagerie qui permet de discuter (chatter) en direct et d’envoyer des messages aux amis qui ne sont pas connectés, on peut aussi se partager des photos et vidéos à travers cette messagerie. Chaque activité qui aura lieu comme l’anniversaire d’un proche, un commentaire sur une de ses photos ou encore un évènement sur une des pages à laquelle l’utilisateur s’est abonné lui sera notifié et affiché chaque fois qu’il sera connecté.

Etant donné qu’une bonne partie des utilisateurs se connecte à partir de leurs smartphones, Facebook offre maintenant une option appelé « Facebook stories » c’est une option qui offre à l’utilisateur de poster rapidement une photo ou une vidéo de quelques secondes, ce poste sera disponible pour ses amis durant 24 heures puis s’autodétruira.

Le développement faramineux de Facebook est incroyable mais cette croissance exponentielle nous montre plusieurs revers notamment l’atteinte à la vie privée à cause de la divulgation des informations personnelles dans un espace public, l’usurpation d’identité, le piratage des données, la suppression du compte est très compliquée, le harcèlement et la cybercriminalité etc.

Les réseaux sociaux généralistes rassemblent la société ; ils permettent aux utilisateurs de se faire des contacts, montrer son intérêt pour certaines choses, partager du contenu avec leurs connaissances et de renouer avec des personnes. Cependant, il existe des réseaux sociaux spécifiques au partage des données ils sont appelés « réseaux sociaux de partage ».

* 1. RESEAUX SOCIAUX DE PARTAGE

Les réseaux sociaux de partage sont moins centrés sur le rassemblement des personnes en groupe d’amis mais surtout sur le partage des données le plus souvent divertissantes.

* + 1. Présentation

Les réseaux sociaux de partage mettent un accent sur l’aspect visuel étant donné que leur objectif premier est le divertissement. Leurs interfaces ont généralement des couleurs vives et le contenu de leurs pages sont des photos ou des vidéos.

. Ces réseaux sont idéals pour augmenter sa cote de popularité d’où la présence de plusieurs célébrités, artistes montants et grandes sociétés.

* + 1. Fonctionnement

Ce type de plateforme intègre des fonctionnalités de partage et de commentaires des contenus. Les utilisateurs se servent des « likes » ou des commentaires pour commenter les photos et vidéos postées par les uns et les autres.

La recherche automatique en tapant le pseudonyme de l’utilisateur qu’on cherche est aussi intégré dans ces réseaux.

Les réseaux sociaux de partage ont mis en vogue le concept de « story » et plusieurs autres types de réseaux se sont rapidement a rythmés. L’intérêt de la story est de pouvoir donner un bref aperçu de ce qu’il se passe d’intéressant dans sa journée.

Certains réseaux sociaux de partages disposent d’une messagerie dans laquelle les utilisateurs peuvent échanger.

* + 1. Cas de YouTube

YouTube est un média social d’hébergement de vidéos sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, regarder, commenter, évaluer et partager des vidéos. Il a été créé en février 2005 par Steve SHEN, Chad HURLEY et Jawed KARIM et racheté par Google en octobre 2006. En 2009, environ 350 millions de personnes visitent ce site chaque mois, en 2020 on compte 2 milliards d’abonnés chaque mois et 37% de la population mondiale utilise YouTube sur son mobile.

La plupart des vidéos du site ou les chaines YouTube peuvent être visualisées par tous les internautes appelés « visiteurs » tandis que seules les personnes inscrites peuvent envoyer des vidéos de façon illimitée.

Selon le type de vidéos que le visiteur consulte, YouTube s’y adapte par exemple si un utilisateur lambda regarde une vidéo d’animaux d’autres vidéos parlant d’animaux lui seront proposées grâce au titre et aux étiquettes de la vidéo en cours de lecture ainsi qu’à l’historique de l’utilisateur. YouTube offre aussi d’autres fonctionnalités comme la possibilité de poster une vidéo en réponse à celles visionnées et s’abonner pour recevoir des nouvelles sur un thème particulier ; ces fonctionnalités ont permis à plusieurs internautes de devenir populaire.

Après avoir visionné une vidéo, le visiteur peut faire une mention « j’aime » ou « je n’aime pas » selon son appréciation.

Les vidéos sur YouTube sont en streaming c’est-à-dire qu’il faut être connecté pour regarder les vidéos par ailleurs, il offre aussi une possibilité de pouvoir visionner hors connexion grâce à une bibliothèque dans laquelle on télécharger des vidéos. YouTube partage des vidéos de toutes natures, des formations en ligne, des vidéos de prévention à la santé, des vidéos sur l’éducation… plusieurs artistes ce sont fait connaitre grâce à YouTube même les entrepreneurs s’y mettent pour communiquer leurs univers de façon un peu moins formelle qu’à travers un long texte ou uns simple image. Le contenu de YouTube peut être très distrayant mais très inadéquat aussi on retrouve des vidéos pornographiques, de violence, des vidéos macabres bref des vidéos souvent très inappropriées.

Les réseaux sociaux de partage sont très populaires car ils permettent à tout un chacun de se divertir peut-être en s’amusant en regardant des photos et des vidéos drôles ou en apprenant comment utiliser des raccourcis sur le clavier d’un ordinateur. Ces réseaux peuvent étendre le champ de visibilité d’une entreprise professionnelle mais celle-ci reste mêlée au social. Pour séparer le social du professionnel des réseaux tournant exclusivement autour de l’emploi, l’entrepreneuriat et toute autre valeur professionnelle sont créés et dits « réseaux sociaux professionnels ».

* 1. RESEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS

Les réseaux sociaux professionnels sont créés uniquement pour des échanges professionnels, ils permettent essentiellement de postuler à des offres d’emploi, de recruter des travailleurs, mais aussi à des partenaires et collègue de communiquer.

* + 1. Présentation

De nombreux experts recommandent une séparation de profil privé et professionnel. C’est dans cette optique que les réseaux sociaux professionnels ont été créés. Ces plateformes proposent les avantages et les possibilités d’un réseau social mais les contenus restent professionnels.

L’usage de ces réseaux est exclusivement professionnel et orientée sur la mise en valeur et les échanges professionnels de ses membres. Il est donc inutile de montrer sa famille ou encore des photos de soirée arrosée en brève, des postes non professionnels sont inappropriés.

Ces réseaux sont un moyen de multiplier les moyens de trouver un emploi, de trouver de nouveaux clients ou collaborateurs, ils facilitent les rencontres professionnelles ; néanmoins, être en contact seulement sur le net ne suffit pas. Le réseau vous permet facilement d’arranger des rencontres. Les réseaux sociaux professionnels ne sont que des moyens parmi tant d’autres et bien sur tous les professionnels n’y sont pas inscrits.

* + 1. Fonctionnement

Les réseaux sociaux professionnels permettent d’organiser son carnet d’adresse professionnel en regroupent les contacts afin de tisser un répertoire qui peut être très utile. L’utilisateur peut également publier du contenu à caractère professionnel par exemple, s’il a eu une promotion, il peut publier et tous ses contacts verront le poste.

Ces réseaux offrent pratiquement les mêmes fonctionnalités que tout autre réseau social c’est-à-dire que l’utilisateur a un profil qu’il met à jour avec ses expériences, réalisations, centres d’intérêts et son véritable CV ; la fonction recherche qui permet de retrouver d’autres utilisateurs, entreprises, école en tapant leur nom dans la barre de recherche ; le fil d’actualité, la messagerie, les commentaires.

Trois erreurs à ne pas commettre pour un utilisateur de réseau professionnel :

* Ne pas mettre de photo de profile : il est primordial de mettre une photo de profil pour que les gens puissent vous reconnaitre et vous faire confiance ; l’utilisateur choisira alors une photo professionnelle qui le met en valeur ;
* Ne pas renseigner ses expériences professionnelles : renseigner ses expériences professionnelles pour que les gens puissent identifier clairement dans quel secteur vous travaillez et quelles sont vos compétences ;
* Ne pas régler le paramètre confidentialité : il peut être important de régler ces paramètres par exemple si l’utilisateur fait une modification sur son profil dont lui seul veut rester au courant, tout son réseau peut recevoir une notification si au préalable il n’a pas empêché la diffusion
  + 1. Cas de LinkedIn

LinkedIn est un réseau social à usage professionnel crée en 2003. Ce réseau compte plus de 575 millions d’utilisateurs avec plus de 260 millions d’utilisateurs actifs par mois et 40% y accèdent quotidiennement. Son objectif est de permettre à l’utilisateur de construire son réseau professionnel qui facilite les contacts entre les membres de ce réseau. Il s’agit aussi d’un moyen de mettre en ligne du contenu en relation avec une activité personnel mais aussi de gérer sa réputation en ligne.

Sur LinkedIn, il existe trois types de connexion entre les professionnels :

* Contacts directs
* Contacts de nos contacts
* Contacts des contacts de nos contacts

Grace à ces contacts, LinkedIn est à la fois utilisé pour le recrutement, pour trouver des partenaires, recruter des clients potentiels. L’objectif étant de pouvoir grâce à ces prises de contacts, de pouvoir développer les affaires de chacun au travers du réseau. Il permet de véhiculer votre image, votre expertise, votre réputation que vous avez créée autour de vos contacts.

Les fonctionnalités de LinkedIn sont :

* Création de contacts ;
* Partage de contenus ;
* Faire appel à des experts en utilisant les groupes ;
* Version mobile et application pour smartphone ;
* Gestion de son e-réputation ;
* Participer et organiser des évènements ;
* Créer et diffuser son CV ;

Le profil type d’un utilisateur de LinkedIn est le suivant :

* Il utilise un compte gratuit ;
* Il a entre 500 et 999 contacts du 1er degré ;
* Il laisse son profil totalement ouvert pour l’ensemble des contacts du 1er degré ;
* Il fait partir de 1 à 9 groupes ;
* Il passe entre 0 et 2h sur le réseau par semaine ;
* Il utilise en majorité les outils suivants « qui visite votre profil ? », « les personnes que vous pourriez connaitre », « les groupes » ;
* S’il a une page entreprise, il utilise pour revoir les « followers » de l’entreprise et établir des contacts.

**Tableau 2.1: Tableau comparatif entre les différents réseaux sociaux et leur utilisation.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Réseau | Utilisateurs  (Cameroun) | Principe | Fonctionnalité |
| Facebook | 3,5millions | Principal réseau social pour être en contact et échanger avec son entourage | * Partage de contenu   Avec ses amis ( photos, publication)   * Discutions en ligne * Création de pages pour référencer sons activité. |
| YouTube | 4.50millions | Poster et regarder des vidéos | * Créer une chaine YouTube * Suivre les chaines d’autre personne |
| LinkedIn | 640 000 | Développer ses contacts professionnels | * Construction de son * Profil professionnel   en ligne.   * Création d’un réseau |

* 1. RESEAUX SOCIAUX UNIVERSITAIRES
     1. Description

Les réseaux sociaux deviennent incontournables dans le domaine de l’éducation selon une triple typologie : **(1) réseaux sociaux « grand public », (2) réseaux sociaux académiques, (3) réseaux sociaux internes.**

* **Les réseaux sociaux grand public** (Facebook, Twitter, …) qui permettent de gérer la relation de l’institution au grand nombre, en particulier aux étudiants (futurs, actuels et passés), utilisateurs natifs ;
* **Les réseaux sociaux académiques,** qui permettent de mettre à disposition, selon différentes modalités, des contenus pédagogiques ou de recherche de façon large ;
* **Les réseaux sociaux internes** qui permettent des collaborations accrues entre acteurs fédérés par un projet commun.
  + 1. Fonctionnement

En ce qui concerne le fonctionnement des réseaux sociaux universitaires, chacun d’entre eux a son principe de fonctionnement, nous avons entre autres :

* L’Université Paris Dauphine a lancé en 2011 son application iPhone « Dauphine Mobile ». Les étudiants ont accès sur leur téléphone à toutes les actualités institutionnelles, au catalogue de la bibliothèque ou au plan du campus et peuvent partager des actualités sur les réseaux sociaux. L’application devrait être étendue en 2012 à d’autres systèmes (Android, Windows Mobile) et avec de nouvelles fonctionnalités (géolocalisation, annuaire, etc.).
* L’Université Paris Descartes a mis en place son propre réseau social, « Carnets² », qui propose un espace collaboratif et convivial de communication et de réflexion aux étudiants et personnels de l’université.
* L’Université de Versailles Saint-Quentin et l’Université de Bretagne Occidentale ont toutes deux mis en place une stratégie globale autour des réseaux sociaux, en utilisant et en articulant les différents outils pour informer les étudiants, promouvoir les différentes activités de leur campus et échanger avec tous ceux qui le souhaitent. Leurs sites sont actifs et régulièrement mis à jour.

En ce qui concerne les réseaux sociaux universitaires au Cameroun nous observons dans la plupart du temps, des plateformes pédagogiques (en Anglais Learning Management System).

Le LMS est un dispositif technologique et humain qui intègre des outils informatisés à des fins d'enseignement et d'apprentissage. Il a pour finalité l'accès à distance aux contenus pédagogiques, l'individualisation de l'apprentissage et le télé tutorat.

Un LMS regroupe les outils nécessaires aux trois principaux utilisateurs de la plateforme :

* Enseignant / formateur : création des parcours pédagogiques, des contenus pédagogiques et suivi de l'activité des apprenants.
* Apprenant : consultation en ligne ou téléchargement des contenus pédagogiques et transmission des travaux à corriger.
* Administrateur : installation et maintenance du système, gestion des accès et création des liens vers d'autres systèmes d'information.

Pour son fonctionnement la plateforme met à disposition des utilisateurs un certain nombre d'outils permettant :

* La mise à disposition de cours
* Le travail de groupe et/ou collaboratif
* La communication entre pairs et avec les enseignants,
* Le partage de documents

Aussi, pour chaque type d'utilisateurs, la plateforme pédagogique a une utilité différente selon qu'il soit apprenant ou qu'il fasse partie de l'équipe pédagogique.

* 1. LIMITES DES RÉSEAUX SOCIAUX

En ce qui concerne les réseaux sociaux grand public, notre conviction est que si les universités les pratiquent d’ores et déjà, elles doivent progresser dans la gestion de leur contenu et de leur image, et ce notamment en faisant émerger de nouvelles compétences voire de nouveaux métiers au sein de leurs équipes.

Les réseaux sociaux académiques soulèvent la question de l’offre de formation numérique de l’université (ou d’un collectif d’universités) et de son modèle économique. Et ce, pour la formation initiale comme pour la formation tout au long de la vie.

Les réseaux sociaux internes ont, quant à eux, particulièrement retenu notre intérêt. Il nous paraît que la situation des universités est aujourd’hui propice à ces nouveaux modes de communication et de coopération. Notre expérience avec d’autres types d’organisations (hôpitaux, entreprises, …) nous permet d’identifier les conditions favorables pour que la communication via ces réseaux sociaux apporte de la valeur au collectif (car le risque d’échec est important si certains prérequis ne sont pas respectés).

* 1. PROBLEMATIQUE

La vie sociale de notre établissement est l’ensemble de toutes les interactions qui s’y produisent ; la publication des notes, l’accès aux supports de cours, la consultation des anciens mémoires et toutes autres formes de communication qui puissent exister sur les plans enseignants/étudiants, étudiants/administrations et administrations/enseignants font parties intégrantes des rapports sociaux au sein de notre école. Malheureusement, nous avons fait le constat de nombreuses incohérences au sein de cette vie sociale : les notes sont publiées tardivement, parfois à la veille du jour ou le jour même du début des sessions de rattrapage ce qui fait que les étudiants ne sont pas souvent bien préparés, de plus après affichage des notes sur le babillard, il s’avère que des individus mal intentionnés les abiment ou les déchirent complètement ; l’indisposition d’un enseignant entraine des retards dans l’atteinte des objectifs ; de plus, il faudrait améliorer la fluidité de la communication et permettre à tous et à chacun d’avoir la bonne information. Au vue de tous ces problèmes, nous nous sommes posés la question suivante : **comment améliorer le cadre de vie sociale au sein de notre établissement ?** C’est dans le but d’apporter des éléments de réponses à cette interrogation, que nous avons décidé de mettre sur pieds un système de numérisation des rapports sociaux au sein de notre école à travers l’implémentation de notre plateforme AB ENSET.

* 1. CAHIER DE CHARGE
     1. Objectif de l’application

Notre application est plateforme sociale dont l’objectif est de pouvoir numériser les interactions sociales particulièrement sur les trois principaux axes qui sont :

* Enseignants/étudiants
* Etudiants/administration
* Enseignants/administration

Ses fonctionnalités devront permettre aux différents utilisateurs de :

- Faciliter l’accès des notes aux étudiants ;

- Gérer la publication des communiqués ;

- Gérer la publication des cours et des anciens mémoires ;

- Permettre la création des forums après la publication des cours ;

- permettre la communication entre utilisateurs par une messagerie

* + 1. Expression des besoins

Ils sont directement liés aux tâches que l’application devrait pouvoir exécuter. Pour la conception de notre application, nous ferons usage de deux types de besoins à savoir :

* Les besoins fonctionnels
* Les besoins non fonctionnels
  + - 1. Besoins fonctionnels

Il s'agit des fonctionnalités du système. Ce sont les besoins spécifiant un comportement d'entrée et/ou de sortie du système. Dans cette perspective, l’application disposera de plusieurs interfaces afin de satisfaire ces besoins exprimés par les acteurs. Dans le cas présent, plusieurs types d’acteurs peuvent intervenir sur notre plateforme à savoir : les visiteurs, l’administration de l’établissement, les chefs de département, les enseignants, les étudiants et les administrateurs.

* **Les visiteurs** seront capables de :

Consulter les dernières actualités et les renseignements concernant l’ENSET de DOUALA ;

* **L’administration** sera capable de
* Mettre à jour les informations du compte ;
* Publier un communiquer ou publier les notes, ;
* Consulter les postes (même sans avoir publié) ;
* Envoyer des messages privés aux différents intervenants ;
* Contacter les administrateurs.
* **Les chefs de départements et les enseignants**
* Administrer sa page personnelle/profil ;
* Publier un communiquer ou publier les notes (contrôle continu) ;
* Consulter les publications ;
* Envoyer des messages privés aux différents intervenants ;
* Contacter les administrateurs ;
* Mettre à jour les informations du compte.
* **Les étudiants** auront la possibilité de
* Mettre à jour les informations personnelles ;
* Envoyer des messages privés aux différents intervenants ;
* Voir sur sa page personnelle les différentes publications et ces notes ;
* Contacter l’administration ;
* Consulter les cours et les anciens mémoires.
* **Les administrateurs**
* Créer un compte (en interne par le super administrateur) ;
* Valider/Invalider les comptes ;
* Voir les différentes publications (note/communiquer/forum)
  + - 1. Besoins non fonctionnels

Il s'agit des besoins qui caractérisent le système. Ce sont des besoins en matière de performance, de type de matériel ou de type de conception. Ces besoins concernent les contraintes d'implémentation (langage de programmation, type de SGBD). Comme exigences que devra satisfaire l’application, il faudrait qu’il y ait :

- Fiabilité : L’application se doit de fonctionner de manière cohérente (réaliser ce pourquoi elle a été conçue) et sans erreurs ;

- Ergonomie : L’application doit être adaptée à l’utilisateur (utilisation claire et facile du point de vue de la navigation entre les différentes pages, couleurs et la police d’écriture utilisée) ;

- Sécurité : L’application ne doit pas être accessible aux personnes non autorisées.

- Maintenance et réutilisation : Le système doit être conforme à une architecture standard et claire qui facilitera sa maintenance et sa réutilisation.

- Facilité d’utilisation : L’application sera simpliste et utilisable grâce à l’accent qui sera mis sur la convivialité.

* + - 1. Proposition de solution

Notre voulons concevoir et réaliser une plateforme sociale qui permettra la numérisation des interactions telles que la publication des notes, la gestion des communiqués, l’accès au support de cours et ancien mémoire, les échanges dans la société universitaire à travers les forums et une messagerie instantanée, tout ceci dans le but de permettre la fluidité de la communication entre tous les acteurs intervenants dans le milieu académique.

* + 1. Choix de la méthode d’analyse et de conception

Il n’est pas conseillé de choisir une méthode qui implique une formation préalable de la majorité des membres du groupe ceci afin de réduire le temps d’apprentissage d’une nouvelle méthode raison pour laquelle nous avons opté pour la méthode d’analyse UML en raison du fait que ce dernier est un langage visuel constitué d’un ensemble de schémas, appelés diagrammes, qui donnent chacun une vision différente du projet.

En définitive, nous avons étudié le fonctionnement de quelques plateformes à caractère social et il en ressort que chacune d’entre elle possède sa spécificité et son fonctionnement propre. Au sein de notre établissement, les multiples interactions ou rapports entre le personnel enseignant, administratif et la communauté estudiantine constituent la vie sociale de notre école et la numérisation de cette dernière serait la solution qui faciliterait la communication entre tous ces acteurs. Pour se faire, nous allons implémenter la plateforme AB ENSET, ce qui nous permet d’évoluer sur l’analyse et la conception d’une plateforme sociale en milieu universitaire dans notre rédaction.