

Intitulé du Master : Management de la chaîne logistique

Semestre : S3

Intitulé de l'UE : Fondamentale

Intitulé de la matière : e-logistique

Crédits : 2

Coefficients : 1

Mode d'enseignement : Hybride

Objectifs de l'enseignement

La distribution connaît depuis une dizaine d'années une véritable révolution liée au développement du commerce électronique. Le e-commerce attire chaque jour de nouveaux consommateurs grâce à des atouts particuliers : large choix de références, compétitivité des tarifs, praticité d'une commande depuis son ordinateur, etc.

Cependant, cette nouvelle forme de distribution impose des adaptations dans la façon d'acheminer les produits commandés aux clients. Au e-commerce est associée la e-logistique. D'abord point faible du commerce électronique car négligée par les start-up à la fin des années 1990, la e-logistique est devenue un véritable facteur clef de succès à maîtriser pour connaître le succès.

Le module de e-logistique a pour objectifs de présenter les fondements de cette pratique et ses implications stratégiques au niveau des entreprises.

Connaissances préalables recommandées

Prérequis en logistique, management de la chaîne logistique et en e-commerce

Contenu de la matière

e-Logistique		Activités d'apprentissage et d'évaluation
Séance 1-3 : Les enjeux logistiques du commerce électronique	Commerce B to B Commerce B to C Les nouvelles contraintes sur l'organisation logistique: e-logistique et service client	Etude de cas
Séance 4-7 : L'impact d'Internet sur les différentes phases des achats	Les solutions e-procurement, Les solutions e-purchasing.	Etude de cas
Séances 8-10 : L'aspect opérationnel de la e-logistique	La gestion d'une commande en ligne. prise de commande réception de marchandise en entrepôt expédition de la marchandise gestion des retours et SAV	Etude de cas
Séance 11-12 : les composants techniques	Réseaux, stations, logiciels	Etude de cas
Séance 13-15: Applications EDI sur l'Internet	Domaines et fonctions Conduite d'un projet EDI Réseaux et logiciels	Etude de cas

	Edifact et XML	
--	----------------	--

Mode d'évaluation :

Formule pédagogique et évaluation :

Des exemples et des applications seront proposés à la fin de chaque séance, afin de rendre plus concrets les concepts théoriques.

En plus des minis cas et des exercices effectués en cours individuellement, les étudiants devront remettre un travail de groupe opérationnel.

Aussi, dans le but d'évaluer les étudiants sur leurs connaissances, deux tests sont prévus

Références

1. LANNOO Pascal et ANKRI Corinne : e-marketing et e-commerce, Edition Vuibert, Paris, 2008.
2. STENGER Thomas, BOURLIATAUX-LAJOINIE Stéphane : E-marketing & e-commerce : Concepts, outils, pratiques, Collection Management Sup, Dunod, Paris, 2011.
3. Isaac, H. et Volle, P., E-commerce - De la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle, Pearson Education, Paris, 2008.
4. R. Agnoux, H. Chiamonti, C. Marchand, Applications EDI sur Internet, Eyrolles, Paris, 1999.