

SYLLABUS

Domaine : Sciences Économiques, de Gestion et Commerciales.

Filière : Marketing et SCM

Spécialité : Management de la chaine logistique

Semestre : 05

Année universitaire : 2025/2026

Identification de la matière d'enseignement

Intitulé : e-logistique

Unité d'enseignement : fondamentale

Nombre de Crédits : 2

Coefficient : 1

Volume horaire hebdomadaire total :

- Cours (nombre d'heures par semaine) : 1H30
- Travaux dirigés (nombre d'heures par semaine) :
- Travail personnel (nombre d'heures par semaine) :

Responsable de la matière d'enseignement

Nom, Prénom, Grade : Feriel HATTOU, Maitre de conférences A

Localisation du bureau (Bloc, Bureau) :

Email : ferielhattou@hotmail.com

Tel (Optionnel) :

Horaire du cours et lieu du cours : EHEC Koléa

Description de la matière d'enseignement

Prérequis : en management de la chaine logistique et en e-commerce

Objectif général du la matière d'enseignement : Présenter les fondamentaux et les pratiques de l'e-logistique



Contenu de la matière d'enseignement

Enjeux logistiques du commerce électronique : commerce BtoB, BtoC, les nouvelles contraintes sur l'organisation logistique, les spécificités de la logistique des e-commerçants

L'impact d'Internet sur les différentes phases des achats : les solutions e-procurement, les solutions e-purchasing

L'aspect opérationnel de l'e-logistique : gestion des commandes en ligne, prise de commande, réception des marchandises en entrepôt, expédition de la marchandise, gestion des retours et SAV

Les composants techniques : réseaux, stations, logiciels

Applications EDI sur Internet : domaines et fonctions, conduite d'un projet, réseaux et progiciels

Modalités d'évaluation

Nature du contrôle	Pondération en %
Examen	60%
Micro – interrogation	
Travaux dirigés	
Travaux pratiques	
Projet personnel	
Travaux en groupe	40%
Sorties sur terrains	
Assiduité (Présence /Absence)	
Autres (à préciser)	
Total	100%

Références & Bibliographie

Textbook (Référence principale) :

Titre de l'ouvrage	Auteur	Éditeur et année d'édition
e-marketing et e-commerce : concepts, outils, pratiques	STENGER et BOURLIATAUX	Dunod, 2011

Les références de soutien si elles existent :

Titre de l'ouvrage (1)	Auteur	Éditeur et année d'édition
Titre de l'ouvrage (2)	Auteur	Éditeur et année d'édition

Planning du déroulement du cours

Semaine	Titre du Cours	Date
1ere-3eme Semaine	Enjeux logistiques du commerce électronique	
4eme-5eme Semaine	L'impact d'Internet sur les différentes phases des achats	
6eme-10eme Semaine	L'aspect opérationnel de l'e-logistique	
11eme-12 Semaine	Les composants techniques	
13-15eme Semaine	Applications EDI sur Internet	
	Examen de fin de semestre	
	Examen de rattrapage	

N°	Nom et Prénom (etudiant)	Signature
1		
2		
3		
4		



5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		