

Syllabus

ENSEIGNANT	SAMIA CHEHBI GAMOURA, PHD. (www.samiagamoura.com)		
CODE	EMADLM16	CREDITS	9 ECTS
NIVEAU	MASTER – M2	CONTACT HOURS	16 HOURS
PROGRAMME	M2 SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	SEMESTRE	B
UE	UE 4 PLANIFICATION, PILOTAGE ET EVOLUTION DE LA SCM		
LANGUE	FRANÇAIS	MODE	EN LIGNE
TITLE	COMMERCE ELECTRONIQUE (E-COMMERCE)		

DESCRIPTION

Le commerce électronique que l'on peut définir comme l'exécution de transactions commerciales par des moyens électroniques, offre aux entreprises une opportunité considérable par l'accès à de nouveaux clients, fournisseurs, ou partenaires tout en réduisant substantiellement les coûts imputables aux transactions. Ce cours vise à analyser la manière dont le commerce électronique est pratiqué afin d'optimiser les relations avec la clientèle, l'acquisition de nouveaux clients, leur fidélisation, l'expansion des parts de marché, l'efficacité des forces de ventes, l'impact des stratégies marketing et publicitaires.

ORGANISATION PEDAGOGIQUE

Télé-enseignement (e-learning, Forum, emailing, MOOC).

PRE-REQUIS

Notions sur Internet et l'achat en ligne. Notions en commerce et relations clients. Connaissances en Supply Chain Management.

MODALITES DE L'ÉVALUATION

La note finale de l'examen est constituée de deux parties:
30% Note Pratique + 70% Note Théorique

1. Note Pratique : correspond à la moyenne des QCM et des Dossiers Business Case.
 - 1.1. QCM : A la fin de chaque vidéo (session), un test QCM Moodle est à faire sur 20min, automatiquement corrigé avec la note en direct.
 - 1.2. Dossier Business Case : En fonction de l'avancement, un Business Case est fourni en dossier à faire sur une durée en jours. Les étudiants doivent le rendre par dépôt sur Moodle sous forme de Devoir. Les dossiers seront évalués et corrigés en lignes par l'enseignant.
2. Note Théorique : correspond à l'examen en ligne à la fin de toutes les séances. Cet examen se fait par écrit en ligne totalement via l'outil Moodle. Les étudiants seront prévenus de la date de l'examen. L'examen en ligne sera fait en one-hot, sans possibilité de refaire les tentatives. L'examen sera chronométré dès l'ouverture en ligne et sera clôturé par le système à la fin du temps prévu. La documentation ne sera pas interdite pour y répondre. Lors de cet examen, les étudiants ont le droit de consulter leur support de cours.

CONTENU

1. Mutation du commerce traditionnel
2. Commerce électronique : Quoi ?
3. Rôle des technologies
3. Quel Impact sur les Entreprises ?
 - 3.1 Impacts par activité/type
 - 3.2 Impacts par pays/culture
 - 3.3. Impacts par marché/clients
 - 3.4. Impacts par produit/service
4. Enjeu des relations entreprises-consommateurs
4. Retombées commerciales
5. Nouvelles technologies et tendances
 - 5.1 Inconvénients et avantages
 - 5.1 Limites et perspectives
7. Quels changements sur la Supply Chain