

## Syllabus

<b>ENSEIGNANT</b>	SAMIA CHEHBI GAMOURA, PHD. & Ingénieur		
<b>CODE</b>	EMADLM16	<b>CREDITS</b>	9 ECTS
<b>NIVEAU</b>	MASTER – M2	<b>CONTACT HOURS</b>	<b>16 H</b>
<b>PROGRAMME</b>	M2 SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	<b>SEMESTRE</b>	B
<b>UE</b>	UE 4 PLANIFICATION, PILOTAGE ET EVOLUTION DE LA SCM		
<b>LANGUE</b>	FRANÇAIS	<b>MODE</b>	PRESENTIEL
<b>TITLE</b>	COMMERCE ELECTRONIQUE		

### DESCRIPTION

Le commerce électronique peut être défini comme l'utilisation de moyens électroniques pour effectuer des transactions commerciales. Il offre aux entreprises une occasion unique d'accéder à de nouveaux clients, fournisseurs et partenaires tout en réduisant considérablement les coûts associés aux transactions. Ce cours vise à analyser les pratiques du commerce électronique afin d'optimiser les relations avec les clients, l'acquisition et la fidélisation de nouveaux clients, l'expansion des parts de marché, l'efficacité des forces de vente ainsi que l'impact des stratégies marketing et publicitaires.

### ORGANISATION PEDAGOGIQUE

<u>Face à face</u>	<u>En groupe</u>	<u>Interactivité</u>	<u>Autres</u>
<input checked="" type="checkbox"/> Cours magistral <input checked="" type="checkbox"/> Travaux dirigés <input type="checkbox"/> E-learning <input checked="" type="checkbox"/> Tutorat <input type="checkbox"/> Autre	<input checked="" type="checkbox"/> Exercices <input checked="" type="checkbox"/> Présentations / Exposés <input checked="" type="checkbox"/> Projets <input type="checkbox"/> Etudes de cas / textes <input type="checkbox"/> Autre	<input checked="" type="checkbox"/> Discussions / débats <input type="checkbox"/> Jeux (pédagogiques, de rôle, de simulation) <input type="checkbox"/> Témoignages <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Stages <input type="checkbox"/> Autre

### PEE-REQUIS

Notions sur Internet et l'achat en ligne. Connaissances de bases en technologies.

### MODALITES DE L'EVALUATION

La note finale de l'examen est constituée de deux parties:

**Note finale = 30% Note Pratique + 70% Note Théorique**

1. **Note Pratique** : correspond à la moyenne des QCM et du Business Case :
  - 1.1. **QCM** : Un QCM par session est prévu pour une durée limitée (30min).
  - 1.2. **Business Case** : En fonction de l'avancement, un Business Case est fourni en dossier à faire sur une durée limitée. Dans la mesure du possible le travail en groupes est requis pour ce dossier.
2. **Note Théorique** : correspond à l'examen écrit à rendre/répondre par dépôt dans Moodle (ou un autre moyen digitalisé).

### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

#### Domaine cognitif

- (niv. 1) **Décrire** les concepts du commerce électronique dans la chaîne logistique
- (niv. 2) **Comparer** les NTI
- (niv. 3) **Classer** les stratégies du commerce électronique
- (niv. 6) **Choisir** une solution en regard des avantages et inconvénients selon le contexte logistique

#### Domaine affectif

- (niv. 3) **travailler** en groupe sur un projet de conversion eCommerce
- (niv. 4) **préparer** une argumentation en collaboration avec les membres du groupe

- (niv. 2) **contribuer** au travail de communauté en groupe pour un projet eCommerce

## SUPPORTS PEDAGOGIQUES

<b>Outils obligatoires pour le cours</b> <input checked="" type="checkbox"/> Ordinateur <input type="checkbox"/> Calculatrice <input checked="" type="checkbox"/> Manuels de référence <input type="checkbox"/> Autre	<b>Documents tous formats</b> <input type="checkbox"/> Transparents sous format papier <input type="checkbox"/> Articles de presse <input type="checkbox"/> Etudes de cas <input checked="" type="checkbox"/> Fiches d'exercice <input checked="" type="checkbox"/> Plan de cours <input type="checkbox"/> Guide <input type="checkbox"/> Autre	<b>Plateformes Moodle</b> <input checked="" type="checkbox"/> Dépôt de documents de cours <input checked="" type="checkbox"/> Interface pour dépôt de livrables <input checked="" type="checkbox"/> Évaluations <input type="checkbox"/> Coaching / tutorat <input type="checkbox"/> Autre
<b>Logiciels</b> <input checked="" type="checkbox"/> Pack Office (Word, Excel, PowerPoint, Access) <input type="checkbox"/> Keynote <input type="checkbox"/> SAP <input type="checkbox"/> Autre	<b>Autres plateformes électroniques</b> <input type="checkbox"/> LCR <input type="checkbox"/> CRM <input type="checkbox"/> CIPE <input type="checkbox"/> CECR <input type="checkbox"/> Assess First <input type="checkbox"/> C2I <input type="checkbox"/> C4CSR <input type="checkbox"/> Crossknowledge <input type="checkbox"/> GoFluent <input type="checkbox"/> Autre	

## BIBLIOGRAPHIE

- livre: réussir son e-commerce : les 5 étapes pour créer, développer et vendre ed. 1 ([disponible sur Scholarvox, Unistra](#))
- livre: e-marketing & e-commerce - doper ses ventes pas à pas ([disponible sur Scholarvox, Unistra](#))
- livre: les canaux de distribution et les nouvelles technologies ([disponible sur Scholarvox, Unistra](#))
- livre: web analytics 2.0 : mesurer l'impact de votre site et des réseaux sociaux pour optimiser votre activité et répondre aux attentes de vos visiteurs ([disponible sur Scholarvox, Unistra](#))

## CONTENU

1. Notions et Définition
2. Histoire
3. Quelles mutations?
4. Types de relations
  - 4.1. Relations B2C
  - 4.2. Relations B2B
  - 4.3. Relations C2B
  - 4.4. Relations C2C
5. Rôle des technologies
  - 5.1. Technologies
  - 5.2. Rôle de l'Intelligence Artificielle (IA)
  - 5.3. Rôle de la Réalité Virtuelle (VR)
  - 5.4. Ethiques et réutilisation des données (RGPD)
6. Impacts en Supply Chain Management
  - 6.1. Chaîne Logistique: Définition
  - 6.2. Quel impact des Chaînes Logistiques sur le e-Commerce?
7. Tendances et Perspectives
  - 7.1. Voice Commerce
  - 7.2. Réalité Augmentée
  - 7.3. Blockchain
  - 7.4. Big Data
  - 7.5. Research Online Purchase Offline (ROPO)