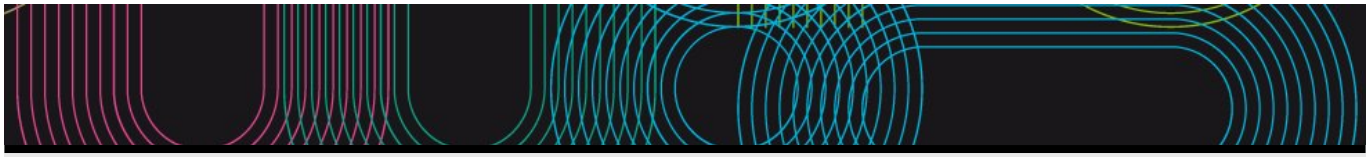

DATOS IDENTIFICATIVOS				
E-commerce y sus implicaciones en la cadena de suministro				
Asignatura	E-commerce y sus implicaciones en la cadena de suministro			
Código	V04M186V01204			
Titulacion	Máster Universitario en Dirección e Innovación de la cadena de suministro			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	2	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	García Arca, Jesús			
Profesorado	García Arca, Jesús Hermida Pérez, Pedro Portela Lage, Pablo Rodríguez García, Miguel Toural Martínez, Marcelo			
Correo-e	jgarca@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Resultados de Formación y Aprendizaje	
Código	
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
B1	Capacidad de, estructurar, analizar y sintetizar información para localizar problemas, mejoras o innovaciones, identificar sus causas/impacto, y proponer e implantar acciones con una visión global y sostenible
B5	Capacidad para adaptarse rápida, eficiente y éticamente a nuevas situaciones (amenazas y oportunidades/cambios en el entorno competitivo)
C11	Conocer e identificar los aspectos más relevantes de diseño y gestión de logística del comercio electrónico, desarrollando la capacidad para diseñar, innovar, evaluar e implantar alternativas/mejoras en este ámbito
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos

Resultados previstos en la materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer las implicaciones, problemáticas y oportunidades del e-commerce en la cadena de suministro	A3 B1 B5 C11
Saber diseñar las redes logísticas para dar soporte al e-commerce y elegir las estrategias Omnichannel adecuadas	A3 B1 B5 C11 D3

Saber cómo gestionar la logística del canal online de la empresa	A3 B1 B5 C11 D3

Contenidos

Tema	
1. Nuevos modelos logísticos de las empresas □sólo online□ en la era del E-commerce	1. Nuevos modelos logísticos de las empresas □sólo online□ en la era del E-commerce
2. Rediseño de redes logísticas de los retailers tradicionales para adaptarse al e-commerce	2. Rediseño de redes logísticas de los retailers tradicionales para adaptarse al e-commerce
3. Diseño de estrategias omnichannel que integran las ventas tradicionales y online	3. Diseño de estrategias omnichannel que integran las ventas tradicionales y online
4. Evolución y adaptación de la cadena de suministro ante el rápido crecimiento de las ventas online	4. Evolución y adaptación de la cadena de suministro ante el rápido crecimiento de las ventas online

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos	5	24	29
Debate	2	0	2
Lección magistral	6	10	16
Examen de preguntas objetivas	0.5	1	1.5
Examen de preguntas objetivas	0.5	1	1.5

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos	Ejercicios y estudios de casos relacionados con los contenidos teóricos.
Debate	Los ejercicios y casos se realizarán en grupo y se presentan y discuten públicamente
Lección magistral	Exposición de contenidos teóricos. ilustración con ejemplos y ejercicios cortos

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Se habilitan horas de asesoramiento al alumno para resolver dudas en la resolución de los casos

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Debate	Valoración de la participación del alumno en las clases presenciales	20	A3	B1 B5	C11	D3
Examen de preguntas objetivas	Examen 1. Versará sobre contenidos desarrollados en la materia (no coincidentes con el examen 2)	40	A3	B1 B5	C11	D3
Examen de preguntas objetivas	Examen 2. Versará sobre contenidos desarrollados en la materia (no coincidentes con el examen 1)	40	A3	B1 B5	C11	D3

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para poder superar la materia es necesario superar los dos exámenes (cada uno de ellos con un 5 sobre 10) y obtener unanota en el debate superior al 8 (sobre 10). La nota final de la materia (superados esos mínimos) será el resultado deponderar las valoraciones de cada una de esas tres pruebas (con sus porcentajes asignados).Compromiso ético: Se espera que el alumno presente un comportamiento ético adecuado. En el caso de detectar uncomportamiento no ético (copia, plagio, utilización de aparatos electrónicos no autorizados, y otros) se considerará que elalumno no reúne los requisitos necesarios para superar la materia. En este caso la calificación global en el presente cursoacadémico será de suspenso (0.0) No se permitirá la utilización de ningún dispositivo electrónico durante las pruebas deavaluación salvo autorización expresa. El hecho de introducir un dispositivo electrónico no autorizado en el aula del examenserá considerado motivo de no superación de la materia en el presente curso académico y la calificación global será desuspenso (0.0).

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Lim, S. F. W. and Srai, J. S., **Examining the anatomy of last-mile distribution in e-commerce omnichannel retailing: A supply network configuration approach**, Journal of Operations & Production Management, 2018

Hübner, A., Holzapfel, A. and Kuhn, H., **Operations management in multi-channel retailing: an exploratory study**, Operations Management Research, 2015

Hübner, A., Wollenburg, J. and Holzapfel, A., **Retail logistics in the transition from multi-channel to omni-channel**, International Journal of Physical Distribution &am, 2016

Marchet, G., Melacini, M., Perotti, S., Rasini, M. and Tappia, E., **Business logistics models in omni-channel: a classification framework and empirical analysis**, International Journal of Physical Distribution &am, 2018

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones