



DATOS IDENTIFICATIVOS

E-commerce e as súas implicacións na cadea de subministración

Materia	E-commerce e as súas implicacións na cadea de subministración			
Código	V04M186V01204			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Innovación da cadea de subministración			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	2	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
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				
Descrición xeral				

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formar xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
B1	Capacidade de estruturar, analizar e sintetizar información para localizar problemas, mellora ou innovacións, identificar as súas causas/impacto, e propoñer e implantar acción con unha visión global e sostible
B5	Capacidade para adaptarse rápida, eficiente e eticamente a novas situacións (ameazas e oportunidades/cambios no entorno competitivo)
C11	Coñecer e identificar os aspectos máis relevantes do deseño e xestión de loxística do comercio electrónico, desenvolvendo a capacidade para deseñar, innovar, avaliar e implementar alternativas / melloras neste campo.
D3	Incorporar no exercicio profesional criterios de sustentabilidade e compromiso ambiental. Incorporar aos proxectos o uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Nova	A3 B1 B5 C11
Nova	A3 B1 B5 C11 D3

Contidos

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 na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos	5	24	29
Debate	2	0	2
Lección maxistral	6	10	16
Exame de preguntas obxectivas	0.5	1	1.5
Exame de preguntas obxectivas	0.5	1	1.5

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo 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 maxistral	(*)Exposición de contenidos teóricos. ilustración con ejemplos y ejercicios cortos

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Debate	(*)Valoración de la participación del alumno en las clases presenciales	20	A3 B1 B5 C11 D3
Exame de preguntas obxectivas	(*)Examen 1. Versará sobre contenidos desarrollados en la materia (no coincidentes con el examen 2)	40	A3 B1 B5 C11 D3
Exame de preguntas obxectivas	(*)Examen 2. Versará sobre contenidos desarrollados en la materia (no coincidentes con el examen 1)	40	A3 B1 B5 C11 D3

Outros comentarios sobre a Avaliación**Bibliografía. Fontes de información****Bibliografía Básica**

- Lim, S. F. W. and Srari, 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., Holzzapfel, A. and Kuhn, H., **Operations management in multi-channel retailing: an exploratory study**, Operations Management Research, 2015
- Hübner, A., Wollenburg, J. and Holzzapfel, 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

Recomendacións
