

Bibliographie complémentaire chapitre 9

- Bacus-Montfort, I., Bonet D., Paché G. (2002), « Quelle place pour la composante logistique dans le système d'offre des e-tailers alimentaires ? », Actes de la 7^e journée de recherche en Marketing de Bourgogne, JRMB 7, Dijon, 13 novembre.
- Boyer K., Frohlich M. (2006), « Analysis of Effects of Operational Execution on Repeat Purchasing for Heterogeneous Customer Segments », *Production and Operations Management*, vol. 15, n° 2, pp. 229-242.
- Chiang W.K., Monahan G.E. (2005), « Managing inventories in a two-echelon dual-channel supply chain », *European Journal of Operational Research*, vol. 162, n° 2, pp. 325-341.
- David A., Saïda-Kabeche D. (2002), « Logistique et transport dans le commerce électronique : stratégie, organisation et processus d'apprentissage. Le cas vins.com », Rapport final d'études, École des Mines de Paris, 80 p.
- Esper, T.L., Jensen, T.D., Turnipseed, F.L., Burton, S. (2003), « The Last Mile: An Examination of Effects of Online Retail Delivery Strategies on Consumers », *Journal of Business Logistics*, vol. 24, n° 2, pp. 177-192.
- Hafsa S., Hovelaque V., Soler L.G. (2002), « Comparaison de différentes stratégies d'approvisionnement pour l'e-commerce », Actes des 4^e rencontres internationales de recherche en logistique (RIRL), Lisbonne.
- Kämäräinen V. (2001), « The reception box impact on home delivery efficiency in the e-grocery business », *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, vol. 31, n° 6, pp. 414-426.
- Kumar S., Craig S. (2007), « Dell, Inc.'s closed loop supply chain for computer assembly plants », *Information Knowledge Systems Management*, vol. 6, pp. 197-214.
- Lee H. et Whang S. (2001), « Winning the last mile of e-commerce », *MIT Sloan Management Review*, vol. 42, n° 4, pp. 54-62.
- Long, M., McMellon C. (2004), « Exploring the determinants of retail service quality on the Internet », *The Journal of Services Marketing*, vol. 18, n° 1, pp. 78-90.
- Lote O. (2002), « Contribution de la logistique à la fidélité du consommateur client de la vente à distance : le cas du commerce électronique. Proposition d'un cadre conceptuel », Actes de la 7^e journée de recherche en Marketing de Bourgogne, JRMB 7, Dijon, 13 novembre.
- Murphy A. (2004), « The web, the grocer and the city », in *The CyberCities Reader*, Graham, S. (Ed.), Routledge, London, pp. 226-230.
- Rallet A., (2000), « Commerce électronique et réorganisation urbaine des activités commerciales », atelier sur les développements de la recherche en économie de l'Internet, ENST Bretagne, Brest, 22-23 juin.