

# USM319 - Retail : integration physique et digitale

## Présentation

### Prérequis

Etre inscrit dans le Master Droit, économie et gestion mention marketing vente parcours Marketing intégré dans un monde digitalisé (MR11801A) ou le Certificat de spécialisation Intégration vente et marketing (CS9900A)

## Objectifs pédagogiques

### Présentation:

Cet enseignement vise à comprendre les stratégies de distribution et, plus spécifiquement, la structure et les fonctions des canaux de distribution.

Cet enseignement a pour objectif de permettre à l'élève de concevoir et développer une stratégie : de digitalisation de la distribution physique ; de digitalisation du point de vente et de transformation du modèle de distribution dans son ensemble. Ce cours aborde l'apport de l'IA à la distribution.

### Objectifs pédagogiques:

Connaître l'univers de la distribution : les acteurs, les canaux,. Connaître les enjeux de la digitalisation de la distribution

## Compétences

### Compétences

A l'issue de cet enseignement, les auditeurs seront capables :

- d'appréhender la complexité des nouveaux enjeux de la distribution omnicanale ;
- de proposer des stratégies intégrer entre les points de vente physique, l'e-commerce et les outils digitaux ;
- de mettre en place des plans d'actions pour les réseaux de magasins ou des commerces de centre ville :

D'un niveau élevé, ces enseignements sont intégrés au " Master en Sciences de Gestion " (Marketing B2B). Les crédits acquis en validant ce certificat peuvent être valorisé au cas où l'auditeur désire s'inscrire dans le Master dont il fait partie.

## Programme

### Contenu

Intéresser les auditeurs à la distribution et au commerce de détail multicanal. Définir des stratégies et mettre en œuvre des politiques opérationnelles dans la distribution. Familiariser avec les structures et les acteurs de la distribution. Analyser les forces environnementales influençant la distribution. Analyser et comprendre tant les stratégies que les politiques mises en œuvre, les actions concrètes. Appréhender la digitalisation du point de vente

## Modalités de validation

- Examen final

## Description des modalités de validation

Evaluation(s) individuelle(s) ou collective(s) sur des cas réels d'entreprise. Le mode et le calendrier de l'évaluation sont annoncés par l'enseignant en début de formation

Mis à jour le 12-02-2024



**Code : USM319**

Unité spécifique de type cours

4 crédits

**Responsabilité nationale :**

EPN15 - Stratégies / 1

**Contact national :**

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 86 55

Zahra ADJLOUT

[zahra.adjlout@lecnam.net](mailto:zahra.adjlout@lecnam.net)

# Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Distribution 4.0, 2019	Badot, Lemoine, Ochs, Leclerc
40 innovations retail n°2- L'ère de l'expérience client du vendeur passionné et du magasin connecté, 2018	Bonnasse
Luxe et Retail à l'ère du digital, 2019	Michel Chevalier, Michel Gutstatz
Retail Management (en anglais) 2019	Berman, èvans et Chatterjee
Le retail face aux nouveaux mode de consommation, édition dunod, 2018	Larranaga, Soulard
retailing : management et marketing du commerce, édition Dunod, 2018	Cliquet, Picot- Coupey, Basset,