

ACD108 - Distribution

🌟 Valide le 19-02-2019

Présentation

Code : ACD108

Prérequis

4 crédits

Avoir le niveau d'un premier cycle en économie ou gestion et/ou de compétences (professionnelles ou académiques) dans le domaine de la vente et du commerce.

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / Maria-béatriz SALGADO

Objectifs pédagogiques

Compléter et actualiser les connaissances des auditeurs dans le domaine de la distribution.

Souligner les enjeux liés au choix et à la gestion des canaux de distribution.

Préparer et entraîner les participants à intégrer la démarche marketing dans la conception d'un point de vente et à assurer la mise en oeuvre des actions retenues.

Contact national :

EPN15 - Stratégies

2 rue Conté

37.02.07

75003 Paris

01.58.80.83.89

Siham BOUBNAN

siham.boubnan@lecnam.net

Compétences

Formaliser une stratégie de distribution

Organiser et animer différents canaux de distribution

Créer d'une entreprise commerciale

Concevoir et agencer un point de vente

Gérer un point de vente

Programme

Contenu

Stratégies de commercialisation

Structure et fonctions des canaux de distribution

Coordination des canaux de distribution

Stratégies marketing des distributeurs

Stratégies de différenciation

Stratégies de discount

Gestion du point de vente

Point de vente : localisation et architecture commerciale

Assortiment : définition et mise en avant de l'offre de produits et services

Politique de prix

Communication et promotion de vente

Cas d'application

Cas Carrefour, cas Districo, Cas Jenkins, Cas Reffet de France, Cas Chablis

Modalités de validation

- Examen final

Description des modalités de validation

Examen de fin de module (2 heures)

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
La distribution, Dunod, 2006	Dion D. et Sueur I.
Encyclopédie Vente et Distribution, Economica, 2002.	Bloch A. et Macquin A.
Management de la distribution, Dunod, 2002.	Cliquet G., Fady A. et Basset G.

La promotion des ventes, Dunod, 2002.	Desmet P.
La nouvelle distribution, Dunod, 2006.	Ducrocq C.
Le merchandising, techniques modernes du commerce de détail, Vuibert, 2000.	Fady A. et Séret M.
La distribution : organisation et stratégie, éditions EMS, 2001.	Filser M., des Garets V. et Paché G.
Le marketing sensoriel du point de vente, Dunod, 2005.	Rieunier S. et al.
Distribution -acteurs et stratégies, Economica, 2003.	Benoun M. et Héliès-Hassid ML.
