USM319 - Retail : integration physique et digitale

Mis à jour le 14-02-2025

Code : USM319

Unité spécifique de type cours

4 crédits

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / Catherine DE LA FOUCHARDIERE

Contact national :
EPN15 Stratégies - ICSV
37.2.08, 2 rue Conté
75003 Paris
01 58 80 86 55
Zahra ADJLOUT
zahra.adjlout@lecnam.net

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.

Ce cours accorde une place particulière aux enjeux soulevés par la responsabilité sociétale et environnementale (**RSE**) et au développement de **l'intelligence artificielle**. Ces deux enjeux seront mis en avant dans le contenu du cours, par les thématiques abordées, les exemples cités, les études de cas, les projets mis en œuvre et les outils utilisés. Ainsi, les apprenants sont sensibilisés à l'impact de leurs actions.

Objectifs pédagogiques:

Connaître l'univers de la distribution : les acteurs, les canaux,. Connaitre 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 intégrées 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 :

Cet enseignement est intégré au Master Marketing Vente MR11801A. Les crédits acquis en validant ce certificat peuvent être valorisés 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

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,