

Distribution cross-canal

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Période de l'année
Semestre 3

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Ce cours a pour objectifs de :

Revenir sur l'histoire de la distribution et ses grandes étapes,

Prendre conscience de l'importance de la distribution dans le mix marketing et des enjeux qui y sont associés pour les organisations,

Aborder les tendances actuelles de la distribution, les expliquer et les décrypter,

Développer le thème de la digitalisation et de la multiplication des canaux qui y est associée.

Heures d'enseignement

CM CM 21h

Programme détaillé

INTRODUCTION

Terminologie

Intermédiaires

Objectifs et fonctions de la distribution
Formats de distribution
Histoire

ENJEUX ACTUELS DE LA DISTRIBUTION
Comportements de consommation
Digitalisation
Modèles d'affaires

Bibliographie

Belvaux B. et Notebaert J.-F. (2015), Crosscanal et Omnicanal, Dunod.
Dion D. et Sueur I. (2006), La distribution, Dunod, Les topos.
Binninger A.-S. (2013), La distribution, Gualino, Les Zoom's.
Dioux J. et Dupuis M. (2009), La distribution, stratégies des réseaux et management des enseignes, 2ème éd. Pearson.
Fabre R., Charles P. et Massin E. (2014), Guide de la distribution, LexisNexis.
Filser M., des Garets V. et Paché G. (2012), La distribution, 2ème éd., ems management & société.
Lendrevie J. et Lévy J. (2014), Mercator, 11ème éd., Dunod.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/fr/portail-de-liae>