

Stratégie et politique de distribution (omni-canal, merchandising...)

Composante
**Institut d'Administration
des Entreprises (IAE)**

Volume horaire
23h

Période de l'année
Semestre 3

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthode d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation continue, Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Concevoir et déployer une stratégie de distribution, Maitriser à la fois la distribution d'un point de vue : stratégique, marketing mais aussi opérationnelle,

comprendre la place de la distribution dans la chaîne de valeur de l'entreprise et son lien avec la logistique

Heures d'enseignement

Stratégie et politique de distribution (omni-canal, merchandising...) - TD	TD	7h
Stratégie et politique de distribution (omni-canal, merchandising...) - CM	CM	16h

Programme détaillé

- Les fonctions de la distribution
- Les stratégies de distribution
- Le positionnement des enseignes
- Les différentes formes de distribution (multicanal)
- Le marketing du distributeur
- Le merchandising
- Distribution et supply chain

Compétences visées

Etre capable d'analyser l'environnement du distributeur
Mettre en place une stratégie de distribution multicanale
Mettre en place l'ensemble du retailing mix Maîtriser Le
merchandising Comprendre la place de la distribution dans
la chaine logistique

Bibliographie

Bininger A-S, 2013, La distribution, Galieno

Vandercammen, M., & Jospin-Pernet, N. (2010). La distribution. De Boeck Supérieur

Dornier P-P, Fender M., 2007, La logistique globale et le Supply Chain Management, Enjeux - Principes - Exemples, Eyrolles

Infos pratiques

Lieu(x)

Niort

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/>