

Distribution cross canal

Niveau d'étude
Bac +4

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

Période de l'année
Année

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** A distance
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

La fonction distribution a pour objet de faire passer l'offre de l'organisation de son état de production à celui d'acquisition et de consommation. L'une des décisions les plus importantes à prendre pour l'organisation dans le registre de la stratégie marketing porte sur les canaux de distribution qu'elle va utiliser afin que son offre touche le marché visé et afin d'atteindre la part de marché et la rentabilité qu'elle a fixées comme objectifs.

Objectifs

Les objectifs de la politique de distribution d'un fabricant doivent être déduits des options stratégiques fondamentales de l'entreprise dans le domaine du marketing (choix des produits et des marchés, cibles, positionnement, etc.), elles-mêmes étant déduites de la politique générale de l'entreprise.

Heures d'enseignement

TD TD 24h

Programme détaillé

CHAPITRE 1. APPROCHE THEORIQUE : CONCEPTS FONDAMENTAUX ET TERMINOLOGIE

CHAPITRE 2. APPROCHE HISTORIQUE : DYNAMIQUE ET EVOLUTION DE LA DISTRIBUTION

CHAPITRE 3. APPROCHE STRATEGIQUE : MISE EN ŒUVRE DE LA DISTRIBUTION

Bibliographie

Armstrong et Kotler (2016), Principes de marketing, 13ème éd., Pearson.

Benoun et Helies-Hassid (1995 ; 2003), Distribution, acteurs et stratégies, Economica.

Binninger (2013), La distribution, Gualino éditions, Les Zoom's.

Converteo (2012), Les enjeux d'une stratégie cross-canal, livre blanc, (Présentation en accès libre sur Slide Share).

Darbelet, Izard et Scaramuzza (2004), Notions fondamentales de management, Editions Foucher.

Dioux et Dupuis (2005 ; 2009), La distribution, stratégies des réseaux et management des enseignes, Pearson.

Ducrocq (2005), La distribution, 4ème éd., Vuibert.

Ducrocq (2006), La nouvelle distribution, 2ème éd., Dunod.

Ducrocq (2014), Distribution : Inventer le commerce de demain, Pearson.

Filser (2000), Introduction, in Volle (coord.), Etudes et Recherches sur la Distribution, Economica.

Filser, Des Garets et Paché (2012), La distribution: organisation et stratégie, EMS éditions.

Kotler, Keller et Manceau (2015), Marketing management, 15ème éd., Pearson.

Lendrevie et Lévy (2014), Mercator, 11ème éd., Dunod.

Martineau (1958), The personality of the retail store.

Nègre (2004), La Franchise, recherches et applications, 2ème éd., Vuibert.

Reve et Stern (1979), Interorganizational relations in marketing channels, Academy of Management Review, 4, 3, 405-416.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville