Distribution

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Le cours recouvre les aspects suivants : marketing du distributeur, stratégie d'enseigne, concept de point de vente, management de la catégorie, merchandising, innovation dans le commerce.
L'objectif est de sensibiliser les étudiants aux grandes problématiques du retail, de comprendre les transformations actuelles du secteur et les enjeux pour les marques et les enseignes.

Compétence à acquérir :

A l'issue de ce cours les étudiants doivent savoir :

- Analyser une problématique d'enseigne et produire des recommandations créatives et adaptées basées sur un diagnostic précis
- Analyser un point de vente à partir d'une grille d'analyse de store check

Mode de contrôle des connaissances :

Le cours est évalué sur la base du cas réalisé en lien avec une entreprise (70%) et sur la base du retail tour réalisé et présenté en cours (30%)