

SAE 3.MMPV.03 : Analyse d'un point de vente ou d'un rayon dans son environnement concurrentiel

Type : SAE Semestre : 3 Parcours : MMPV

Description et Objectifs

Analyser le positionnement concurrentiel d'un espace de vente La problématique professionnelle consiste à faire pour un point de vente donné une étude de la concurrence en terme d'offre et de demande.

- Analyse du marché (offre et demande)
- Identification des concurrents d'un espace de vente après avoir délimiter la zone de chalandise
- Analyse du mix des concurrents : produits/gammes, prix, communication
- Positionnement du point de vente par rapport aux concurrents et identification de ses avantages concurrentiels

Ressources Mobilisées

- R3.MMPV.15
- R3.MMPV.16
- R3.14

Apprentissages Critiques (AC)

- AC25.01MMPV
- AC25.02MMPV
- AC25.03MMPV
- AC24.01MMPV

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

| | |
|---|---|
| Mickaël MILLET Secrétariat Caroline MILCENT-MONTIER Sylvie LEBER | Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr iut-sec-tc@univ-lehavre.fr Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr Directrice des études BUT 2 – sylvie.leber@univ-lehavre.fr |
|---|---|