

Ressource R2.08 : Canaux de commercialisation et de distribution

Parcours : Tronc Commun **Heures :** 14 heures

Descriptif

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Utiliser le vocabulaire approprié de la distribution et en comprendre les enjeux économiques, environnementaux, socié-

taux ...

- Identifier les formats commerciaux et maîtriser leurs spécificités
- Préconiser une stratégie de distribution d'une offre simple en cohérence avec les autres variables du marketing mix
- Prendre conscience des contraintes des choix de distribution sur les autres variables du mix marketing du producteur

d'une offre simple

Mots clés : Canal de distribution – grande surface alimentaire (GSA) – grande surface spécialisée (GSS) – commerce intégré – commerce associé – commerce indépendant

Contenu Pédagogique

Contenu :

- Identification des types de distribution
- Panorama de la distribution en France, évolutions et tendances
- Relation producteur-fournisseur et producteur-distributeur
- Choix des canaux de distribution et impact sur le mix du producteur

Apprentissage critique ciblé :

- AC11.04 | Concevoir une offre cohérente et éthique en termes de produits, de prix, de distribution et de communication

Compétences Ciblées

Conduire les actions marketing

Apprentissages Critiques Liés

- AC11.04

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET
Secrétariat

Caroline MILCENT-MONTIER
Zarhaa KHALED

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 1 – zarhaa.khaled@univ-lehavre.fr