

Bachelier en management de la logistique

HELHa La Louvière Rue de Belle-Vue 32 7100 LA LOUVIERE

Tél : +32 (0) 64 23 76 23

Fax : +32 (0) 64 23 76 33

Mail : eco.lalouviere@helha.be

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

Marketing et distribution			
Code	ECLG1B02MAD	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	5 C	Volume horaire	60 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Thierry EVERAERT (thierry.everaert@helha.be)		
Coefficient de pondération	50		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette unité d'enseignement vise à connaître et comprendre les structures, le fonctionnement, le rôle, l'organisation, les enjeux du secteur de la distribution à travers ses différentes formes. L'objectif est aussi de comprendre les enjeux du marketing dans la perspective du profil de formation.

Contribution au profil d'enseignement (cf. référentiel de compétences)

Cette Unité d'Enseignement contribue au développement des compétences et capacités suivantes :

Compétence 1 S'insérer dans son milieu et s'adapter à son évolution

1.1 Travailler tant en autonomie qu'en équipe éventuellement multidisciplinaire dans le respect de la culture de l'entreprise

1.2 Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité

Compétence 2 Communiquer, écouter, informer, conseiller les acteurs tant en interne qu'en externe

2.3 Comprendre les attentes et besoins de son interlocuteur

2.4 Assurer l'interface entre les différents services et interlocuteurs

Compétence 4 Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique

4.3 Prendre en compte les dimensions économiques, financières et environnementales dans les analyses et prises de décisions

Compétence 5 S'organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission

5.1 Identifier et proposer des solutions adaptées aux besoins du client

Acquis d'apprentissage visés

Au cours de l'unité d'enseignement, il est attendu que, en groupes, les étudiants soient capables de :

- Restituer les objectifs et les attentes d'un travail de recherche documentaire sur un sujet défini, rechercher les informations nécessaires, préparer un support de présentation, présenter en classe les développements et conclusions du sujet
- Transcrire dans un « road book » les conclusions de leurs observations et questionnements sur l'univers de la distribution en B2C lors de la visite d'une grande ville et faire une mise en commun orale auprès de l'enseignant

Au terme de l'unité d'enseignement, il est attendu que, de façon individuelle, l'étudiant soit capable :

- De se constituer une boîte à outils marketing avec exemples d'applications personnels
- D'expliquer et d'utiliser précisément les notions spécifiques de base du domaine du marketing et de la

- distribution, de pouvoir identifier les activités y afférentes et les enjeux
- D'illustrer au travers d'exemples les outils, les concepts et les méthodes parcourus dans l'unité
- D'être critique par rapport à des mises en situation du sujet développé
- De mettre en évidence les forces et faiblesses constatées dans les comptes annuels d'une entreprise de la distribution, à travers une analyse des ratios
- De réaliser les analyses qualitatives ou quantitatives permettant de résoudre des travaux pratiques (mises en situation)

Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun

Corequis pour cette UE : aucun

3. Description des activités d'apprentissage

Cette unité d'enseignement comprend l(es) activité(s) d'apprentissage suivante(s) :

ECLG1B02MADA	Introduction au marketing	24 h / 2 C
ECLG1B02MADB	Fondements de la distribution	36 h / 3 C

Les descriptions détaillées des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

4. Modalités d'évaluation

Les 50 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ECLG1B02MADA	Introduction au marketing	20
ECLG1B02MADB	Fondements de la distribution	30

Les formes d'évaluation et les dispositions complémentaires particulières des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

Dispositions complémentaires relatives à l'UE

Principe général pour l'évaluation de l'unité d'enseignement :

La note de l'unité d'enseignement est obtenue en effectuant une moyenne arithmétique pondérée des notes finales obtenues lors des évaluations des différentes activités d'apprentissage qui la composent.

Exceptions :

1. En cas de mention CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), Z (zéro), PR (note de présence) ou FR (fraude) dans une des activités d'apprentissage composant l'UE, la mention dont question sera portée au relevé de notes de la période d'évaluation pour l'ensemble de l'UE (quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE).

N.B. La non-présentation d'une partie de l'épreuve (par exemple un travail) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Le principe général et les exceptions en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation.

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2021-2022).

Bachelier en management de la logistique

HELHa La Louvière Rue de Belle-Vue 32 7100 LA LOUVIERE
Tél : +32 (0) 64 23 76 23 Fax : +32 (0) 64 23 76 33

Mail : eco.lalouviere@helha.be

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Introduction au marketing			
Code	4_ECLG1B02MADA	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Thierry EVERAERT (thierry.everaert@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Cette activité est une introduction transversale au marketing pour les étudiants qui se destinent à un métier dans ce domaine. Maîtriser le vocabulaire de base du marketing et le vocabulaire technique. Mener à bien une analyse de la situation marketing d'une entreprise afin d'aider à la prise de décisions. Comprendre les décisions des entreprises et des autres agents économiques, reproduire les raisonnements qui mènent à de telles décisions et avoir un esprit critique par rapport à la politique marketing menée.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette activité, l'étudiant sera capable :

D'expliquer et d'utiliser précisément les notions spécifiques de base du domaine marketing et pouvoir identifier les activités y afférentes ainsi que leurs enjeux

D'illustrer au travers d'exemples les outils, les concepts et les méthodes parcourus dans l'unité

D'être critique par rapport à des mises en situation

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Défis du marketing moderne: questions de base (marché, besoin, désir, offre commerciale, segmentation, ciblage et positionnement de produit)

Marketing stratégique et opérationnel, optiques de production

Les fonctions dans l'entreprise, centres d'activité, création de valeur et avantage concurrentiel durable

Niveaux de prises de décision (stratégique, tactique, opérationnel).

Démarches d'apprentissage

Exposé de l'enseignant

Travaux de groupes sur base de situations

Lecture d'articles

Assistance en présentiel aux cours et activités en autonomie.

Dispositifs d'aide à la réussite

Néant

Sources et références

Kotler, Dubois : Marketing Management - 14^{ème} édition, Paris, Pearson Education France, 2012

Supports en ligne

Les supports en ligne et indispensables pour acquérir les compétences requises sont :

Notes de cours, articles de presse, Powerpoint, documents et références sur la plate-forme e-learning

4. Modalités d'évaluation

Principe

La forme d'évaluation sera écrite

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière						
Période d'évaluation			Exe	100	Exe	100

Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 20

Dispositions complémentaires

Principe général :

La note de l'unité d'enseignement est obtenue en effectuant une moyenne arithmétique pondérée des notes finales obtenues lors des évaluations des différentes activités d'apprentissage qui la composent. Dans la mesure où cette unité d'enseignement est constituée d'une seule activité d'apprentissage, automatiquement, la note obtenue pour l'activité d'apprentissage est la note de l'unité d'enseignement.

Exceptions :

En cas de mention CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), Z (zéro), PR (note de présence) ou FR (fraude) dans une des activités d'apprentissage composant l'UE, la mention dont question sera portée au relevé de notes de la période d'évaluation pour l'ensemble de l'UE (quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE).

N.B.

La non-présentation d'une partie de l'épreuve (par exemple un travail) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Le principe général et les exceptions en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation.

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2021-2022).

Bachelier en management de la logistique

HELHa La Louvière Rue de Belle-Vue 32 7100 LA LOUVIERE
Tél : +32 (0) 64 23 76 23 Fax : +32 (0) 64 23 76 33

Mail : eco.lalouviere@helha.be

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Fondements de la distribution			
Code	4_ECLG1B02MADB	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	36 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Thierry EVERAERT (thierry.everaert@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage s'intéresse aux circuits, canaux, formes de distribution pour les catégories principales de produits et services présents sur les marchés.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable :

- d'expliquer et d'utiliser précisément les notions spécifiques de base du domaine de la logistique, du marketing et de la distribution, de pouvoir identifier les activités y afférentes et les enjeux
- d'illustrer au travers d'exemples les outils, les concepts et les méthodes parcourus dans l'unité
- d'être critique par rapport à des mises en situation du sujet développé
- de réaliser les analyses qualitatives ou quantitatives permettant de résoudre des travaux pratiques (mises en situation)

L'étudiant sera également capable, en groupe :

- de restituer les objectifs et les attentes d'un travail de recherche documentaire sur un sujet défini, rechercher les informations nécessaires, préparer un support de présentation, présenter en classe les développements et conclusions du sujet
- de transcrire dans un « road book » les conclusions de leurs observations et questionnements sur l'univers de la distribution en B2C lors de la visite d'une grande ville et faire une mise en commun orale auprès de l'enseignant.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Introduction

- Historique
- La distribution : concepts et définition
- La politique de distribution

Chapitre 1 : la classification des biens

- Selon la durée de vie du bien
- Selon la nature du produit
- Selon le type d'acheteur
- Selon le comportement des acheteurs
- Selon la demande par rapport au revenu

- Selon la demande croisée par rapport au prix
- Selon la demande propre par rapport au prix

Chapitre 2 : la classification des marques

- Introduction
- La position des MDD sur le marché belge

Chapitre 3 : la classification des enseignes

- Arborescence des formes de distribution
- Terminologie des formes de distribution
- Les types de magasins selon la typologie Nielsen
- Le marché belge des magasins d'alimentation
- Les discounters en Belgique
- La répartition géographique des magasins d'alimentation en Belgique

Chapitre 4 : les circuits de distribution

- Les systèmes de distribution
- La longueur d'un circuit de distribution
- Les critères de choix d'un circuit de distribution
- Les modes de pénétration des marchés
- Distribution et marchés virtuels

Chapitre 5 : les rapports producteur / distributeur

- Questionnement de base
- Gestion de la relation avec les intermédiaires extérieurs
- Evolution des rapports producteur/distributeur

Chapitre 6 : les stratégies des distributeurs - rentabilité et prix

- La marge brute
- Le processus de fixation des prix

Chapitre 7 : les stratégies des distributeurs - localisation des points de vente

- Les types d'emplacement commercial
- La zone de chalandise

Chapitre 8 : conclusions et perspectives

Démarches d'apprentissage

- Exposé de l'enseignant
- Travaux pratiques en groupe ou individuels
- Lectures d'articles
- Journée de découverte sur le terrain du secteur de la distribution (ex : les commerces dans une grande ville).

Dispositifs d'aide à la réussite

Une séance questions-réponses est organisée et un document reprenant la matière d'examen est distribuée lors de la dernière séance de cours.

Sources et références

- Rapport Nielsen annuel sur la distribution alimentaire en Belgique (téléchargeable).
- DUCROCQ C. (2014), Distribution - Inventer le commerce de demain, Pearson France
- JOSPIN N. et VANDERCAMMEN M. (2010), La Distribution, 3ème édition, De Boecknelles

Supports en ligne

Les supports en ligne et indispensables pour acquérir les compétences requises sont :

- Syllabus (copie des slides) téléchargeable sur Moodle et disponible chez PR-Print (Syllaprint)
- Enoncés des Travaux Pratiques
- Notes de cours
- Articles de presse professionnelle

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'évaluation se fera sur base d'un examen écrit.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière						
Période d'évaluation	Exe	100			Exe	100

Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 30

Dispositions complémentaires

Principe général :

La note de l'unité d'enseignement est obtenue en effectuant une moyenne arithmétique pondérée des notes finales obtenues lors des évaluations des différentes activités d'apprentissage qui la composent. Dans la mesure où cette unité d'enseignement est constituée d'une seule activité d'apprentissage, automatiquement, la note obtenue pour l'activité d'apprentissage est la note de l'unité d'enseignement.

Exceptions :

En cas de mention CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), Z (zéro), PR (note de présence) ou FR (fraude) dans une des activités d'apprentissage composant l'UE, la mention dont question sera portée au relevé de notes de la période d'évaluation pour l'ensemble de l'UE (quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE).

N.B.

La non-présentation d'une partie de l'épreuve (par exemple un travail) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Le principe général et les exceptions en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation.

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2021-2022).