

MKG 3162		GESTION DES POINTS DE VENTE			
NIVEAU: LICENCE	CREDITS 3	CLASSE :	3EME ANNEE MARKETING	SEMESTRE	S1
VOLUME HORAIRE	42 H COURS		MODALITES DE CONTROLE DES CONNAISSANCES	EXAMEN FINAL	70%
				CONTROLE CONTINU:	30%

DESCRIPTION DU COURS

Ce cours permet aux étudiants de réinventer les points de vente pour apporter un service que le digital ne peut proposer. Une démarche marketing est indispensable pour en assurer la pérennité et l'évolution. Ce cours en donne les techniques et les méthodes qui permettent aux étudiants de bien comprendre comment gérer un point de vente quel que soit le format de distribution.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A la fin de ce cours, les étudiants devraient être capables de :

- Connaître les techniques et les méthodes qui permettent de comprendre comment gérer un point de vente quel que soit le format de distribution.

PRE-REQUIS

Aucun

CONTENU

Chapitre 1 : Les formes de commerce :

Section1 : Les différents formats de vente
Section 2 : Les ventes en ligne

Chapitre2 : Etude de zone de chalandise

Section1 : Méthodes empiriques
Section 2 : Méthodes marketing

Chapitre3 : Gestion et management de magasins de vente

section1 : Le merchandising

Section 2 : Rentabilisation de linéaires

Chapitre 4 : la vente digitale

Section 1 : le point de vente virtuel

Section 2 : management de points de vente virtuels

Chapitre 5 : le personnel de points de vente

Section1 : la gestion de clientèles

Section2 : satisfaction de clientèles.

BIBLIOGRPHIE INDICATIVE

- Gerard Blintzowski , (2015) , Merchandising opérationnel- éd Broché.
- François-Xavier Simon ,(2008) . Management et gestion d'un point de vente - 2ème édition Dunod.
- Rose-Mary Lefetey - (2006) , Développer la vente en magasin- éd. Broché.