Chaîne d'approvisionnement

UE 07

Enseignant(s) responsable de l'UE : Fabian POTIER

Année d'études	Bloc 1
Acronyme	MKU11CHAAP
Nombre de crédits ECTS	4 (facteur de pondération)
Volume horaire	60 h (Q1 60 / Q2 0)
Période de l'année	Quadrimestre 1
Niveau du cycle	1er cycle
Cadre européen de certification	Niveau 6
Caractère dans le programme	Cours obligatoire dans le programme
Langue(s) d'enseignement	Français
Coordonnées du service	Campus d'Anderlecht, Avenue Émile Gryzon 1 (bât. 4C), 1070 Anderlecht
Mode d'évaluation	Unité évaluée en épreuve intégrée
UE prérequises	Néant
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
MK11APPACH Approvisionnement et achats	30	2	NON
MK11CFD1 Circuits et formes de distribution 1	30	2	NON

Contribution de l'UE au profil d'enseignement du programme

- **HE04** HE. 4. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing réalise et accompagne un plan marketing cohérent en gérant toutes les étapes de la mise sur le marché d'un bien ou d'un service, de la conception à la vente : spécification du produit, fixation des prix, stratégie de communication, canaux de distribution, politique commerciale et de vente, image de marque, gestion des stocks.
- **HE05** HE. 5. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing contrôle et maîtrise les budgets relatifs à une gamme de produits pour atteindre les objectifs de rentabilité fixés.
- **HE07** HE. 7. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing met en œuvre les compétences de négociation, de communication et de vente nécessaires pour prendre en charge la gestion et la dynamisation d'une équipe commerciale, la gestion d'un commerce, d'un ecommerce ou la gestion d'une PME
- **RE01** ARES. 1 S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution
- **RE01.1** ARES. 1.1 Travailler tant en autonomie qu'en équipe dans le respect de la culture de l'entreprise
- **RE01.2** ARES. 1.2 Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- **RE01.4** ARES. 1.4 Développer une approche responsable, critique et réflexive des pratiques professionnelles
- **RE01.5** ARES. 1.5 Proposer des solutions innovantes dans le développement des projets marketing et les accompagner
- **RE01.6** ARES. 1.6 Identifier ses besoins de développement et s'inscrire dans une démarche de formation permanente
- **RE02.1** ARES. 2.1 Négocier avec les différents acteurs
- **RE02.2** ARES. 2.2 Présenter, par écrit et oralement, les résultats du diagnostic stratégique et les recommandations
- **RE02.3** ARES. 2.3 Orienter la communication en fonction des publics cibles
- **RE02.4** ARES. 2.4 Promouvoir et contribuer à l'image de marque de l'organisation y compris sa

responsabilité sociétale
- **RE02.5** ARES. 2.5 Défendre ses projets avec persuasion et enthousiasme
- **RE03** ARES. 3 Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing
- **RE03.1** ARES. 3.1 Exploiter les sources d'informations pertinentes et mener des recherches prospectives
- **RE03.3** ARES. 3.3 Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)
- **RE03.5** ARES. 3.5 Intégrer les mécanismes comptables et de gestion financière
- **RE04.1** ARES. 4.1 Comprendre, interpréter et anticiper le comportement du client
- **RE04.4** ARES. 4.4 Vérifier la pertinence et la cohérence des actions envisagées
- **RE04.5** ARES. 4.5 Identifier et actualiser les indicateurs pertinents de suivi des marchés
- **RE05** ARES. 5 S'organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission
- **RE05.2** ARES. 5.2 Planifier les différentes étapes liées à l'élaboration du plan marketing
- **RE05.4** ARES. 5.4 Réaliser les différentes opérations d'aménagement du lieu de vente et de présentation des produits
- **RE05.5** ARES. 5.5 Gérer le processus d'achat et les stocks en coordination avec la logistique

Autres connaissances ou compétences prérequises

Néant.

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Approvisionnement et achats

Objectifs

- Découvrir ce que représente un stock et distinguer les différents types de stocks,

- Déterminer quand et combien il faut commander,

- Connaître et appliquer les principes de management des achats,

- Connaître et appliquer les principes de gestion des flux logistiques, des stocks, de la production et identifier les composantes d'un coût de production ou de revient,

- Connaître et appliquer les principes de management des stocks et des commandes (Taux d'approvisionnement, les différents types de stocks, modèle de Wilson, méthodes d'évaluation des stocks à l'inventaire),

- Calculer un ratio de rotation des stocks, des créances commerciales et des dettes commerciales,

Contenu

- Les catégories des stocks,

- Les principes de management des achats,

- Les principes de gestion des flux logistiques, des stocks, de la production et identifier les composantes d'un coût de production ou de revient,

- Les principes de management des stocks et des commandes ,

- La rotation des stocks,

- La passation des commandes.

Circuits et formes de distribution 1

Objectifs

- Les notions de base en distribution (Définitions des concepts de base, rôles des intervenants dans le processus,

terminologie professionnelle adéquate),

- Connaître et appliquer à un cas concret les types de circuits de distribution et sélectionner le circuit le plus approprié à une situation donnée

- Connaître et appliquer à un cas concret les formes de distribution et sélectionner la forme la plus appropriée à une situation donnée, - Intégrer la dimension distribution (Place) dans une proposition de valeur et l'articuler de manière cohérente avec les 3 autres P du mix marketing,

- Connaître les différentes formes de distribution en vue de rendre les produits/services accessibles aux consommateurs finaux.

Contenu

- Les notions de base en distribution (Définitions des concepts de base, rôles des intervenants dans le processus, terminologie professionnelle adéquate),

- Les types de circuits de distribution,

- L'intégration de la dimension distribution (Place) dans une proposition de valeur et l'articuler de manière cohérente avec les 3 autres P du mix marketing,

- Les formes de vente et types de commerces disponibles.

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Approvisionnement et achats

Cours magistral et séances d'exercices.

Circuits et formes de distribution 1

Cours magistral et réalisation d'un travail de groupe avec présentation.

Acquis d'apprentissage sanctionnés, spécifiques et contribuant à l'UE

Approvisionnement et achats

maîtriser les notions de gestion des achats, des commandes et des stocks

Circuits et formes de distribution 1

1. Maîtriser la typologie des circuits de distribution 2. Maîtriser l’établissement d'une chaîne de distribution 3. Savoir analyser le circuit de distribution d'un produit donné.

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Approvisionnement et achats : tous documents du cours ou relatifs au cours déposés sur le campus numérique de la haute-école.	—	—
Circuits et formes de distribution 1 : Tous les documents (notes de cours, consignes pour les travaux, les liens vers les fichiers vidéos) du cours ou relatifs au cours sont publiés sur le campus numérlque.	—	—

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Approvisionnement et achats : Notes de cours complètes (incluant PowerPoint à propos de la chaîne d'approvisionnement), résolutions d'exercices, fichiers vidéos.	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—

Mode d'évaluation et de pondération par activité au sein de l'UE

Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuve intégrée.

Janvier

Ensemble de l'UE

Travaux hors session	30 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Examen écrit	70 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé

L'évaluation comportera un travail de groupe écrit suivi d'une présentation orale, ainsi qu'un examen écrit.
Le travail de groupe devra obligatoirement être remis en décembre et sa présentation orale se fera au cours du même mois.
En cas de rattrapage, la note sera reportée.

Janvier bis

Ensemble de l'UE

Travaux hors session	30 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Examen écrit	70 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé

L'évaluation comportera le report de la note du travail de groupe , ainsi qu'un examen écrit.

Août

Ensemble de l'UE

Travaux hors session	30 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Examen écrit	70 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé

L'évaluation comportera le report de la note du travail de groupe , ainsi qu'un examen écrit.