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	52 h (Q1 52 / 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 de Bruxelles, Avenue Émile Gryson 1 (bât. 4C), 1070 Bruxelles
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	26	2	NON
MK11CFD1 Circuits et formes de distribution 1	26	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
- **RE02.5** 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
- **RE03.5** ARES. 3.5 Intégrer les mécanismes comptables et de gestion financière
- **RE05** ARES. 5 S’organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission
- **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

Approvisionnement et achats

Néant.

Circuits et formes de distribution 1

Cours de marketing 1.

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,

- Relever la politique de stockage et/ou d'approvisionnement idéale,

- 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 et tirer des conclusions sur les résultats obtenus,

- Appliquer les méthodes de valorisation des stocks lors de la tenue d'un inventaire permanent.

Contenu

- Les catégories des stocks,

- La politique de stockage ou d'approvisionnement,

- La passation des commandes,

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

- La rotation des stocks,

- La valorisation des stocks.

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;

- Intégrer le rôle du merchandising et prendre connaissance des techniques et outils rendant le point de vente efficace pour la commercialisation des biens et services.

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,

- Les intervenants sur le circuit 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.

- Le merchandising:

- son histoire et son rôle ;
- l'analyse de l'assortiment;
- l'aménagement donné à un point de vente;
- les techniques utilisées pour présenter l'offre;
- les autres éléments intégrants la surface de vente.

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, divers éléments relatifs aux approvisionnements, le calcul de le rotation des stocks et savoir tirer une conclusion sur base des résultats obtenus,...

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

4. Savoir analyser un point de vente et une présentation d'un produit et savoir tirer des conclusions sur l'analyse faite en apportant des pistes d'amélioration.

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Toute l'UE : tous documents du cours ou relatifs au cours déposés sur le campus numérique de la haute-école.	—	—
Toute l'UE : 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 numérIque.	—	—

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Toute l'UE : 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

Examen écrit	100 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé

Examen écrit portant sur des questions de théorie + des exercices pratiques

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 obligatoirement au cours du même mois.

Selon la charte de l'Intelligence Artificielle Générative - HELDB, l'utilisation de l'IA est permise en respectant les modalités du niveau 2 dans la grille d'intégration institutionnelle de l'IAG dans les activités d'apprentissage et d'évaluation.
En cas de rattrapage, la note sera reportée et n'est pas remédiable.

Janvier bis

Ensemble de l'UE

Examen écrit	100 %	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			
Examen écrit	100 %	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.			