

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1

DOSSIER PEDAGOGIQUE
UNITE DE FORMATION
ANALYSE DES RESEAUX DE VENTE ET DE DISTRIBUTION
ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT

CODE : 71 42 07 U32 D1

CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704

DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 16 septembre 2013,
sur avis conforme de la Commission de concertation**

ANALYSE DES RESEAUX DE VENTE ET DE DISTRIBUTION

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT

1. FINALITES DE L'UNITE DE FORMATION

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité de formation doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

L'unité de formation vise à permettre à l'étudiant :

- ◆ d'appréhender le cadre stratégique de la distribution et des réseaux de vente ;
- ◆ d'analyser le fonctionnement de circuits de distribution et des réseaux de vente ;
- ◆ d'acquérir et de mettre en œuvre les techniques de gestion d'un réseau de vente.

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. Capacités

- ◆ résumer les idées essentielles d'un texte d'intérêt général et les critiquer;
- ◆ produire un message structuré qui exprime un avis, une prise de position devant un fait, un événement, ... (des documents d'information pouvant être mis à sa disposition).

2.2. Titre pouvant en tenir lieu

Certificat d'enseignement secondaire supérieur (C.E.S.S.).

3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE DE FORMATION

3.1. Dénomination du cours	<u>Classement</u>	<u>Code U</u>	<u>Nombre de périodes</u>
Analyse des réseaux de vente et de distribution	CT	B	48
3.2. Part d'autonomie		P	12
Total des périodes			60

4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable,

face à des situations issues de la vie professionnelle, en disposant de la documentation ad hoc,

- ◆ de situer l'importance des circuits de distribution dans la stratégie commerciale de l'entreprise ;
- ◆ de caractériser le rôle des circuits de distribution et leur évolution ;
- ◆ d'analyser les fonctions de la distribution : distribution physique, de services, chaîne d'approvisionnement/de demande, etc. ;
- ◆ de collaborer à la mise en place d'une stratégie de distribution ;
- ◆ d'analyser l'organisation et le fonctionnement de réseaux de vente ;
- ◆ d'évaluer les performances du réseau (coût/efficacité).

5. CAPACITES TERMINALES

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable,

à partir d'une situation issue de la vie professionnelle, décrite précisément (entreprise, produit, marché, réseau actuel), en disposant de la documentation ad hoc,

- ◆ d'analyser la situation : avantages et inconvénients du réseau en place, performances ;
- ◆ de suggérer des adaptations et modifications à apporter au réseau en vue d'optimiser ses performances, en justifiant ses choix.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :

- ◆ le degré de pertinence des choix,
- ◆ le degré de pertinence de l'argumentation,
- ◆ le niveau de précision et de clarté dans l'emploi de la terminologie.

6. CHARGE(S) DE COURS

Un enseignant ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

7. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.