Relations fournisseurs-distributeurs

ECB2003-NMKN_

Domaine : **Sciences économiques et de gestion** Grade académique : **Bachelier en marketing - Namur**
Niveau de certification : **6** Cycle : **Premier Cycle** Année académique : **2026-2027** (Q1)

CRÉDITS ECTS	VOLUME HORAIRE
4	**48 h**
PRÉREQUIS *Aucun*	CO-REQUIS *Aucun*

IMPLANTATION	DIRECTEUR DE DÉPARTEMENT DU DOMAINE	RESPONSABLE DE L'UE	ENSEIGNANTS INTERVENANTS
Département économique de Namur	Sylvie Delwiche	Sylvie DELWICHE	Hugues GLATIGNY Vincent NANNI

PROGRAMME D'ÉTUDES

Programme	Bloc	Caractère
IE-Marketing	2	Obligatoire

Partie 1 Contribution de l'UE au profil d'enseignement du programme et acquis d'apprentissage spécifiques (AAS) sanctionnés par l'évaluation

CONTEXTUALISATION

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

• Négocier avec les différents acteurs

Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing

• Respecter les prescriptions légales nationales et internationales

• Choisir, utiliser et développer les outils et techniques adéquats pour le marketing direct, la vente et le merchandising

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

• Gérer le processus d'achat et les stocks en coordination avec la logistique

• Planifier le travail des équipes commerciales

ACQUIS D'APPRENTISSAGE SPÉCIFIQUES (AAS)

AMKN2003A Distribution et e-commerce

À l'issue de l'activité d'apprentissage, l'étudiant est capable de :

• Analyser une situation d'e-commerce afin d'identifier le business model et les facteurs clés de succès adaptés à son contexte commercial.

• Comparer les différentes formes de commerce en ligne, notamment les marketplaces, afin de sélectionner et de justifier les canaux et solutions digitales adaptés aux objectifs et aux caractéristiques d'une organisation.

• Analyser le parcours d'un client digital à partir d'un buyer persona afin de proposer et de justifier des actions favorisant la confiance, l'expérience client et la conversion.

• Comparer les principales solutions technologiques d'e-commerce, notamment les CMS, afin de sélectionner et de justifier une solution cohérente avec le business model et les besoins de l'organisation.

• Analyser une situation d'e-commerce au regard des principales contraintes légales, fiscales et internationales afin de formuler des recommandations adaptées.

• Comparer différentes options de création, de reprise ou de développement d'une activité d'e-commerce afin d'évaluer leur faisabilité commerciale et économique et de justifier une recommandation.

AMKN2003B Achats et négociation

• Expliquer la place et les enjeux de la fonction achat au sein d'une entreprise.

• Distinguer les stratégies d'achat.

• Planifier les étapes d'un processus d'achat dans un contexte BtoB.

• Expliquer les enjeux de la négociation BtoB.

• Appliquer les différentes étapes du processus de négociation et en expliquer les concepts clés.

• Distinguer les différents profils de négociateurs.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Document annexe à la fiche UE accessible via un lien explicitant en quoi le programme d'études s'inscrit dans une politique de développement durable. Une ou plusieurs UE spécifique(s) pourraient être ciblée(s) dans cette annexe.

Partie 2 Description de l'unité d'enseignement

OBJECTIFS

Cette unité d'enseignement apprend à situer l'entreprise dans sa chaîne commerciale, du fournisseur au client final, et à conduire les relations qu'elle y entretient.

CONTENU

AMKN2003A Distribution et e-commerce

• Contexte et statistiques

• L'E-commerce : une organisation Customer Centric

• Business Model

• Les différentes formes de commerce sur le web

• Focus sur les market places

• L'E-commerce et le parcours client

• Aspects légaux

• Développement international

• P&L et valorisation

• Créer ou reprendre

• Associations / events

• Ressources pour aller + loin

AMKN2003B Achats et négociation

• Module 1 : Achats

• Module 2 : Négociation

SOURCES ET RÉFÉRENCES

AMKN2003A Distribution et e-commerce

Suivre sur LinkedIn les différentes personnes :

• Damien Jacob

• dr. pierre-nicolas schwab

• muriel vandermeulen

• philippe weickmann

Différents articles en liens avec l'actualité mis à disposition sur la plateforme. Différentes vidéos en liens avec l'actualité mis à disposition sur la plateforme.

• E-commerce : les bonnes pratiques pour réussir (Damien Jacobs) (EDIPRO)

• Référencement, e-marketing et visibilité web (Fred Calantino) (EDIPRO)

• L'e-merchandising un atout pour l'e-commerce (DUNOD)

AMKN2003B Achats et négociation

• Marketing Management, Kotler, 16ème édition, Chapitres 7 et 23

• Management des achats, Vuibert de Erick Leroux et Emmanuel Chouraqi

• La boîte à outils de l'acheteur, Dunod de Stéphane Canonne et Philippe Petit

• Toute la fonction achats, Dunod de Philippe Petit

• Politique d'achat et gestion des approvisionnements, Olivier Bruel et Pascal Ménage, Dunod, 2019

SUPPORTS DE COURS

Activité d'apprentissage	Support
AMKN2003A — Distribution et e-commerce	Titulaire(s) : NANNI Vincent L'ensemble des supports sont disponibles dans l'espace du cours sur Moodle.
AMKN2003B — Achats et négociation	Titulaire(s) : GLATIGNY Hugues L'ensemble des supports sont disponibles dans l'espace du cours sur Moodle.

Partie 3 Méthodologie mise en œuvre et éventuel découpage de l'UE

DESCRIPTION DES ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE (AA) AU REGARD DE LEUR STATUT

Activité d'apprentissage	Heures	Langue d'enseignement	Langue d'évaluation
AMKN2003A — Distribution et e-commerce	24 h	Français	Français
AMKN2003B — Achats et négociation	24 h	Français	Français

MÉTHODES D'ENSEIGNEMENT ET D'APPRENTISSAGE

Activité d'apprentissage	Méthodes d'enseignement et d'apprentissage
AMKN2003A — Distribution et e-commerce	Titulaire(s) : NANNI Vincent • Support de cours sur Moodle en mode asynchrone • Séances en présentiel pour consolider les acquis d'apprentissage aux moyens de Q&A et d'exercices • Utilisation d'exemples concrets • Utilisation de la vidéo • Intervention d'externes
AMKN2003B — Achats et négociation	Titulaire(s) : GLATIGNY Hugues Séances en présentiel + capsules vidéo et exercices en distanciel.

DÉTERMINATION DE LA COHÉRENCE PÉDAGOGIQUE EN CAS DE REGROUPEMENT D'AA FAISANT L'OBJET D'UNE ÉVALUATION DISTINCTE

Une activité regarde l'aval, les canaux par lesquels l'offre atteint le client ; l'autre l'amont, l'achat et la négociation avec les fournisseurs. Les deux versants d'une même chaîne se pensent ensemble, même si chacun est évalué séparément.

Partie 4 Évaluation de l'unité d'enseignement

STRUCTURE DU DISPOSITIF GÉNÉRAL D'ÉVALUATION (EN LIEN AVEC LE PROGRAMME D'ÉTUDES)

Évaluation intégrée : non.

MÉTHODOLOGIE DE CONSTRUCTION DE LA NOTE FINALE DE L'UE

• Distribution et e-commerce : 50

• Achats et négociation : 50

LA PONDÉRATION DE L'ÉVALUATION DE L'UE À DES FINS DE DÉLIBÉRATION LORS DU CALCUL DE LA MOYENNE

Au sein du programme d'études, lors du calcul de la moyenne, la pondération de l'évaluation de l'unité d'enseignement est effectuée sur base des crédits affectés à cette unité d'enseignement et évalués

MODALITÉS D'ÉVALUATION PAR ACTIVITÉ D'APPRENTISSAGE

Activité d'apprentissage	Modalités d'évaluation
AMKN2003A — Distribution et e-commerce	• **Septembre-Janvier :** Travaux — TJ (groupe-classe) : 30% ; Examens — Écrit : 70% • **Février-Juin :** sans objet • **Deuxième session :** Examens — Écrit : 100 % *Evaluation en 2 parties (1ère session) :* *Travaux en groupe classe selon briefing sur Moodle : 30%* *Écrit QCM: matière du syllabus, interventions externes et lectures / visionnages indiqués comme obligatoire : 70% en janvier (100% en seconde session)* *Modalités concrètes : Les précisions sur les épreuves seront disponibles sur Moodle au plus tard six semaines avant l'évaluation.*
AMKN2003B — Achats et négociation	• **Septembre-Janvier :** Examens — Oral - pondération : 100 % • **Février-Juin :** sans objet • **Deuxième session :** Examens — Oral - pondération : 100 % *Modalités concrètes : Les précisions sur les épreuves seront disponibles sur Moodle au plus tard six semaines avant l'évaluation.*

MODALITÉS CONCRÈTES D'ÉVALUATION

Une mention sur la fiche informera les étudiants du fait que les précisions sur les épreuves seront disponibles sur Moodle au plus tard 6 semaines avant l'évaluation.