

La licence professionnelle « Commerce et Distribution », notée A+ par l'HCERES (Haut Conseil de l'Évaluation de la Recherche et de l'Enseignement Supérieur), a pour objectif de former **des professionnels sur des postes d'encadrement intermédiaire** dans les secteurs des services et du commerce **à des fonctions marketing, management, commercial et achat**



Conditions d'accès

Étudiant/salarié recruté en contrat de **professionnalisation**
 - DUT (TC, GEA, GACO) BTS (MUC, NRC, CI) L2
 - VAE
 Dossier de candidature sur www.iut-avignon.fr

Taux de réussite au diplôme : > 90%

Débouchés professionnels

Manager de Rayon
 Futur chef de département
 Chef de secteur commercial
 Responsable d'univers
 Responsable de magasin

85 %
 d'embauche 2
 mois après
 l'obtention du
 diplôme
dont
**20% Master
 alternance**

Contacts

Responsable formation : 06.98.89.39.53
 Secrétariat : 04.90.84.38.04
lpcd-iut@univ-avignon.fr
 Placement entreprises : 06.63.76.70.64
lebras@isffel.fr

Nos Partenaires

Enseignes de distribution alimentaire et spécialisée -
 Entreprises de prestations de services – Grossistes – IAA ...

75% des entreprises trouvées par l'ISFFEL



Enseignement tronc commun - 343 h	Compétences et Savoir-faire visés
Fondamentaux du commerce et du marketing - 91 h Marketing, e-Marketing, Outils d'analyse marketing, études commerciales, Etudes de marché.	<ul style="list-style-type: none"> - Concevoir des stratégies marketing - Comprendre le positionnement marketing de l'entreprise - Concevoir des études de marché - Elaborer une analyse concurrentielle - Mener des enquêtes et entretiens en face à face (quantitatif / qualitatif)
Relation client – 91 h Relation client, e-Commerce, Négociation, Merchandising, Droit commercial.	<ul style="list-style-type: none"> - Savoir négocier - Gérer la relation client - Comprendre les enjeux du merchandising et du digital
Management – 91 h Communication Management, Droit du travail, gestion comptable et financière appliquée, Contrôle de gestion.	<ul style="list-style-type: none"> - Manager une équipe - Savoir animer, motiver une équipe, désamorcer et gérer les conflits - Savoir gérer un budget
Services logistiques – 70 h Economie et stratégies, Relations Production Industrie Commerce, Chemin Logistique et Supply Chain, Construction opérationnelle d'un service	<ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser l'économie et la stratégie d'entreprise - Connaître la construction opérationnelle des services - Connaître la valeur ajoutée du management de la chaîne logistique globale - Savoir gérer les relations producteurs / fournisseurs / distributeurs - Elaborer et piloter grâce aux outils statistiques.
Enseignements spécifiques au parcours choisi - 103 h	Compétences et Savoir-faire visés
Parcours Marketing et distribution spécialisée	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître les univers de vente en GDS - Connaître le processus service en GDS, la construction de l'offre & relation de service - Connaître le métier du manager
Parcours Marketing & Distribution Produits frais	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître des produits frais - Maitriser les critères de sécurité alimentaire (labels et signes distinctifs de qualité) - Connaître les circuits de distribution des produits frais et ultra-frais
Parcours Marketing des Services et de la Relation Client	<ul style="list-style-type: none"> - Savoir optimiser la satisfaction et la relation client dans les services - Définir la formule de service et construire le parcours clients - Définir les besoins et maîtriser les différentes phases de la vente
Enseignements appliqués - 150 h	
Projet tutoré Problématique traitée en sous-groupe sur un thème choisi en début d'année avec mise en application des différents enseignements	Exemples : <ul style="list-style-type: none"> - Le troc et la location sont-ils une alternative crédible au modèle économique du low-cost ? Le cas de la filière textile ou d'ameublement. - Quel est l'avenir du Click & Collect et du drive en univers boulangerie? Une approche comparée des besoins et attentes des consommateurs en milieu urbain, semi-urbain et rural - L'ultra-spécialisation est-elle l'avenir du petit commerce de centre-ville face aux GMS, aux enseignes spécialisées et au e-commerce ? Analyse comparée des besoins et attentes des clients dans une grande ville et une ville moyenne.
Mémoire Professionnel Problématique opérationnelle de l'entreprise	Exemples : <ul style="list-style-type: none"> - L'offre snacking actuelle est-elle adaptée à la clientèle de notre magasin? Le cas de l'hypermarché de ... - Comment adapter la politique commerciale d'une enseigne face au client dans le contexte actuel ? - Les tendances de consommation laissent-elles place à des opportunités commerciales sur le marché des produits à base de Tofu ? Le cas de la société ... - Comment améliorer la gestion de la relation client face à l'évolution des comportements d'achats ?