

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](http://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

## Contacts

Responsable formation : 06.98.89.39.53  
 Secrétariat : 04.90.84.38.04  
[lpcd-iut@univ-avignon.fr](mailto:lpcd-iut@univ-avignon.fr)  
 Placement entreprises : 06.63.76.70.64  
[lebras@isffel.fr](mailto: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
<b>Fondamentaux du commerce et du marketing - 91 h</b> Marketing, e-Marketing, Outils d'analyse marketing, études commerciales, Etudes de marché.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concevoir des stratégies marketing</li> <li>- Comprendre le positionnement marketing de l'entreprise</li> <li>- Concevoir des études de marché</li> <li>- Elaborer une analyse concurrentielle</li> <li>- Mener des enquêtes et entretiens en face à face (quantitatif / qualitatif)</li> </ul>
<b>Relation client – 91 h</b> Relation client, e-Commerce, Négociation, Merchandising, Droit commercial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir négocier</li> <li>- Gérer la relation client</li> <li>- Comprendre les enjeux du merchandising et du digital</li> </ul>
<b>Management – 91 h</b> Communication Management, Droit du travail, gestion comptable et financière appliquée, Contrôle de gestion.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manager une équipe</li> <li>- Savoir animer, motiver une équipe, désamorcer et gérer les conflits</li> <li>- Savoir gérer un budget</li> </ul>
<b>Services logistiques – 70 h</b> Economie et stratégies, Relations Production Industrie Commerce, Chemin Logistique et Supply Chain, Construction opérationnelle d'un service	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtriser l'économie et la stratégie d'entreprise</li> <li>- Connaître la construction opérationnelle des services</li> <li>- Connaître la valeur ajoutée du management de la chaîne logistique globale</li> <li>- Savoir gérer les relations producteurs / fournisseurs / distributeurs</li> <li>- Elaborer et piloter grâce aux outils statistiques.</li> </ul>
Enseignements spécifiques au parcours choisi - 103 h	Compétences et Savoir-faire visés
<b>Parcours Marketing et distribution spécialisée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaître les univers de vente en GDS</li> <li>- Connaître le processus service en GDS, la construction de l'offre &amp; relation de service</li> <li>- Connaître le métier du manager</li> </ul>
<b>Parcours Marketing &amp; Distribution Produits frais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaître des produits frais</li> <li>- Maitriser les critères de sécurité alimentaire (labels et signes distinctifs de qualité)</li> <li>- Connaître les circuits de distribution des produits frais et ultra-frais</li> </ul>
<b>Parcours Marketing des Services et de la Relation Client</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir optimiser la satisfaction et la relation client dans les services</li> <li>- Définir la formule de service et construire le parcours clients</li> <li>- Définir les besoins et maîtriser les différentes phases de la vente</li> </ul>
Enseignements appliqués - 150 h	
<b>Projet tutoré</b> 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"> <li>- 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.</li> <li>- Quel est l'avenir du Click &amp; Collect et du drive en univers boulangerie? Une approche comparée des besoins et attentes des consommateurs en milieu urbain, semi-urbain et rural</li> <li>- 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.</li> </ul>
<b>Mémoire Professionnel</b> Problématique opérationnelle de l'entreprise	Exemples : <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'offre snacking actuelle est-elle adaptée à la clientèle de notre magasin? Le cas de l'hypermarché de ...</li> <li>- Comment adapter la politique commerciale d'une enseigne face au client dans le contexte actuel ?</li> <li>- 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 ...</li> <li>- Comment améliorer la gestion de la relation client face à l'évolution des comportements d'achats ?</li> </ul>