



Licence Professionnelle Commerce & Distribution

Mention "Management et Gestion de Rayon"

DistriSup « ex DisTech »

Par la voie de l'apprentissage

Promo 2012 - 2013



RESPONSABLE DU DIPLOME : OUIDADE SABRI

Maître de Conférences

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- ✚ La plupart des matières font l'objet de cours qui sont assurés par le responsable de la matière concernée.
- ✚ Les apprentis bénéficient d'un double tutorat : en entreprise, le maître d'apprentissage encadre l'apprenti lors de ses missions ; à l'IAE, un tuteur pédagogique l'assiste, plus particulièrement au niveau du suivi de son mémoire.
- ✚ Les méthodes pédagogiques utilisées sont essentiellement actives et comprennent en particulier :
 - des études de cas ou de dossiers
 - du travail en sous-groupes,
 - vidéo...

OBJECTIFS PROFESSIONNELS

- ✚ Préparer les étudiants à la maîtrise des techniques, méthodes et outils de la gestion des rayons et à l'acquisition d'un savoir faire qu'ils pourront mettre au service d'entreprises de la grande distribution.
- ✚ Permettre à l'apprenti d'obtenir simultanément une formation de grande qualité au sein de l'IAE et une expérience professionnelle significative au sein de l'entreprise d'accueil.
- ✚ Une insertion professionnelle facilitée (en moyenne 80% des apprentis ont une proposition d'embauche dans l'entreprise où ils ont effectué leur apprentissage).

PROGRAMME PEDAGOGIQUE

LA COMPOSITION DES UE ET DES COEFFICIENTS

LES UNITES D'ENSEIGNEMENT (750H)	MODALITES D'EVALUATION	COEFFICIENTS	CREDITS ECTS =60
SEMESTRE 1			30
UE 1 : Gestion Comptable et Financière	50% contrôle continu et 50% examen	Coeff. 3	3
UE 2 : Informatique	50% contrôle continu et 50% examen	Coeff. 3	3
UE 3 : Droit de la Distribution	50% contrôle continu et 50% examen	Coeff. 2	2
UE 4 : Marketing	50% contrôle continu et 50% examen	Coeff. 4	4
UE 5 : Anglais	50% contrôle continu et 50% examen	Coeff. 2	2
UE 6 : Connaissance de soi et Développement personnel	50% contrôle continu et 50% examen	Coeff. 2	2
UE 7 : Gestion et animation d'équipe	50% contrôle continu et 50% examen	Coeff. 4	4
UE 8 : Droit Social	50% contrôle continu et 50% examen	Coeff. 2	2
UE 9. : Première partie du projet tutoré	Note attribuée sur le projet	Coeff. 5	5
UE 10 : Stage- Périodes1 (octobre) et 2 (décembre – janvier)	Note attribuée par l'entreprise	Coeff. 3	3
SEMESTRE 2			30
UE 11 : Jeux d'entreprise et études de cas	100% jeu d'entreprise	Coeff. 2	2
UE 12 : Connaissance de la distribution	50% contrôle continu et 50% examen	Coeff. 1	1
UE 13 : Techniques commerciales	50% contrôle continu et 50% examen	Coeff. 3	3
UE 14 : Merchandising et Gestion du rayon	50% contrôle continu et 50% examen	Coeff. 4	4
UE 15 : Logistique	50% contrôle continu et 50% examen	Coeff. 2	2
UE 16 : Prise de décision et pilotage	100% jeu d'entreprise	Coeff. 2	2
UE 17: Deuxième partie du projet tutoré	Note attribuée sur l'ensemble du projet écrit (70%) et la soutenance orale (30%)	Coeff. 10	10
UE18: Stage Périodes 3 (mars – avril) et 4 (juillet – août)	Note attribuée par l'entreprise	Coeff. 6	6

LE PROGRAMME PEDAGOGIQUE EST ARTICULE AUTOUR DE 5 THEMES :

THEME 1 : • FONCTION DE GESTION

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ Maîtriser les différents aspects de la gestion du rayon, sur les plans financier, organisationnel et juridique
- ✚ Comprendre les différents aspects de la gestion des unités de distribution sur les plans financier, organisationnel et juridique

LES UE COMPOSANT LE 1^{ER} THEME :

- ✚ UE 1 : Gestion Comptable et Financière
- ✚ UE 2 : Informatique
- ✚ UE 3 : Droit de la Distribution
- ✚ UE 5 : Anglais
- ✚ UE 15 : Logistique

THEME 2 : • FONCTION COMMERCE

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ Maîtriser les différents aspects de la gestion du rayon, sur les plans financier, organisationnel et juridique
- ✚ Comprendre les différents aspects de la gestion des unités de distribution sur les plans financier, organisationnel et juridique

LES UE COMPOSANT LE 2^{EME} THEME :

- ✚ UE 4 : Marketing
- ✚ UE 12 : Connaissance de la distribution
- ✚ UE 13 : Techniques commerciales
- ✚ UE 14 : Merchandising et Gestion du rayon

THEME 3 : • FONCTION MANAGEMENT

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ Comprendre la fonction management et son importance
- ✚ Connaître et Maîtriser les principes (méthodes, techniques, outils) et pratiques du management
- ✚ Sensibiliser à la dimension juridique du management et de la responsabilité

LES UE COMPOSANT LE 3^{EME} THEME :

- ✚ UE 6 : Connaissance de soi et Développement personnel
- ✚ UE 7 : Gestion et animation d'équipe
- ✚ UE 8 : Droit Social
- ✚ UE 11 : Jeux d'entreprise et études de cas
- ✚ UE 16 : Prise de décision et pilotage

THEME 4 : • PROJET TUTORÉ

Le cycle de formation s'achève par un Projet tutoré et une soutenance portant sur une problématique concrète dans le magasin d'accueil et qui a pour objet de valider la capacité à mener à bien un projet personnel, à formuler une problématique avec un certain recul et à maîtriser les savoirs acquis durant toute la formation.

LES UE COMPOSANT LE 4EME THEME :

- ✚ UE 9. : Première partie du projet tutoré
- ✚ UE 17: Deuxième partie du projet tutoré

THEME 5 : • FORMATION EN ENTREPRISE

Les quatre ou cinq périodes en entreprise font l'objet d'une notation par le maître d'apprentissage, reportée dans le Livret de l'apprenti. Ces notes tiennent compte des référentiels et grilles d'appréciation qualitatives et quantitatives communes aux centres Distech. La note finale relative aux périodes en entreprise est arrêtée par le jury final en prenant en considération la moyenne pondérée de ces évaluations [coefficient 1 pour la première période, 2 pour la seconde, 3 pour la troisième, 4 pour la ou les période(s) finale(s)].

LES UE COMPOSANT LE 4EME THEME :

- ✚ UE 10 : Stage- Périodes1 (octobre) et 2 (décembre – janvier)
- ✚ UE18: Stage Périodes 3 (mars – avril) et 4 (juillet – août)

• LES UE DU SEMESTRE 1

UE 1 : GESTION COMPTABLE ET FINANCIERE

Stéphanie JARRY
Enseignante

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ **Acquérir** une vision synthétique des mécanismes comptables et financiers dans le but d'améliorer la compréhension des outils utilisés dans ce domaine.
- ✚ **Dialoguer** avec des responsables comptables et financiers (comptables, Contrôleurs de gestion, ...)
- ✚ **Porter** un jugement ou prendre une décision fondée sur un raisonnement financier dans le contexte spécifique de la grande distribution et, plus généralement, améliorer son comportement managérial en sachant utiliser les outils

METHODES PEDAGOGIQUES

- ✚ Cours et études de cas

CONTENU

1 – Comptabilité (savoir lire un bilan et un compte de résultat et connaître les spécificités comptables de la grande distribution)

- ✓ Principes et mécanismes comptables de bases
- ✓ Opérations d'achats et ventes, Remises, Rabais, Ristournes, Escomptes,
- ✓ Impact de la TVA sur les comptes d'un magasin
- ✓ Techniques d'inventaire et de gestion des stocks
- ✓ Amortissements
- ✓ Provisions pratiquées dans la distribution : Stocks, titres, risques inhérents à l'activité
- ✓ Elaboration et lecture des états financiers : bilans, compte de résultat, annexes
- ✓ Notion de Groupe et lecture d'un bilan consolidé
- ✓ Utilisation d'un logiciel de comptabilité

2 - Finance (Analyser les forces et les faiblesses [magasin, société, Groupe])

- ✓ Centrer le propos sur les notions de « Solvabilité », « Rentabilité » et « Productivité » appliquées à la Grande distribution
- ✓ Analyse du compte de résultat et des Soldes intermédiaires de gestion
- ✓ Analyse fonctionnelle et différentielle du compte de résultat
- ✓ Notions de seuil de rentabilité
- ✓ Analyse du surplus de productivité
- ✓ Analyse de l'équilibre du bilan : Fonds de Roulement, Besoin en fonds de roulement, Trésorerie
- ✓ Analyse des principaux ratios d'activité, de marges, de gestion du cycle d'exploitation, de structure financière,...
- ✓ Mesure de la rentabilité et du risque
- ✓ Utilisation d'Excel pour effectuer des synthèses chiffrées.

3 - Contrôle de gestion

- ✓ Analyses de comptes d'exploitation analytiques
- ✓ Analyse des marges par famille de produits
- ✓ Contrôle et Gestion budgétaire
- ✓ Mesure de la rentabilité d'un investissement : Délai de récupération du capital investi, taux de rentabilité interne, Valeur actuelle nette.

- ✓ Elaboration et analyse d'un tableau de bord
- ✓ Notions d'audit interne et de reporting.
- ✓ Utilisation d'Excel pour élaborer des tableaux, des graphiques et des schémas

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

FRIEDRICH J.J., *Comptabilité générale et gestion des entreprises*, Editions Hachette Supérieur.

LANGLOIS G., MOLLET M., *Gestion financière*, Editions Foucher.

MARION A., *Analyse financière, Concepts et méthodes*, Editions Dunod.

LANGLOIS G., BONNIER C., *Contrôle de gestion*, Editions Foucher.

MEVELLEC P., *Le calcul des coûts dans les organisations*, Editions La découverte

UE 2 : INFORMATIQUE

Rémi GARCIA

Consultant en informatique

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ Favoriser le bon usage de l'Internet
- ✚ Apporter une maîtrise suffisante des outils courants de bureautique
- ✚ Rendre capable de dialoguer avec les autres acteurs d'un système d'information

METHODES PEDAGOGIQUES

- ✚ Un apprenti par ordinateur. Vidéoprojecteur. Diffusion et prise de contrôle par NetOP School. Exercices complémentaires dans les salles en libre-service.

CONTENU

- ✓ Internet
 - Bien utiliser : sa messagerie, un moteur de recherche, son navigateur.
 - Comprendre la conception et le fonctionnement des sites.
 - Notions de sécurité et de droit de l'informatique.
- ✓ Traitement de textes
 - Gagner du temps à la mise en forme (mode plan, paragraphes, feuilles de style, tableaux et formulaires, travail coopératif)
 - Savoir employer: sommaire, index, notes de bas de page, objets graphiques, fusions et publipostages.
- ✓ Tableur
 - Gagner du temps à la construction de feuilles (déplacements, formats, bordures, reproduire la mise en forme, somme automatique, recopie incrémentée, références absolues - relatives, consolidation de feuilles, graphiques.)
 - Calculs et fonctions de base
 - Valeur cible, solveur
 - Listes et tableaux croisés
- ✓ Présentations
 - Réaliser rapidement une présentation efficace (savoir travailler dans les différents modes dont le mode plan, savoir quoi imprimer, savoir gérer les effets de transition et d'animation)
 - Avoir compris la notion de masque
- ✓ Bases de données
 - Notions d'analyse (type de données, tables, relations, modèle conceptuel)
 - Recherches et statistiques par les requêtes

Mise en forme par formulaires et états

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Aide en ligne de chaque logiciel

Collection "Les bloc-notes informatiques" Editions Nathan:

- Word 2002 (J. Belland, M. Langlet)
- Excel 2002 (J. Belland, M. Langlet)
- Access 2000 (M. Langlet):

UE 3 : DROIT DE LA DISTRIBUTION

Paul LE FLOCH

Professeur des Universités

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ Comprendre certaines situations dans leur dimension commerciale
- ✚ Savoir prendre ou faire prendre des mesures conservatoires utiles face à une situation imprévue caractérisée par l'urgence.
- ✚ Agir dans le cadre de la réglementation commerciale

METHODES PEDAGOGIQUES

- ✚ Cours et études de cas

CONTENU

Les incontournables :

- ✓ Négociation et conclusion des contrats
- ✓ La sécurité des clients dans le magasin et le parking
- ✓ La notion de produits dangereux et la responsabilité du distributeur
- ✓ Le vol de marchandises
- ✓ Les centrales d'achat et de référencement
- ✓ Les MDD, les signes de qualité, indications d'origine, AOC
- ✓ Fraudes et falsifications
- ✓ Etiquetage, affichage et présentation des produits
- ✓ La publicité commerciale, comparative, trompeuse
- ✓ Les promotions, soldes, liquidation, prix d'appel
- ✓ Les prix, : imposés , conseillés, la revente à perte, les prix abusivement bas
- ✓ La facturation
- ✓ Droit de la concurrence: pratiques discriminatoires et transparence tarifaire
- ✓ Le contrat de vente, la garantie légale et conventionnelle

Les utiles :

- ✓ Notions sur le droit communautaire
- ✓ Le crédit à la consommation et sa réglementation
- ✓ Le chèque et les différentes cartes de paiement

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Lamy Droit Economique : Concurrence, distribution consommation,

La grande distribution française bouc émissaire ou prédateur ? C. et Y. Tinarid (Litec 2003)

Mémento F Lefebvre Concurrence consommation

Decocq A et Decocq G. Droit de la concurrence Ed LGDJ 2002

UE 4 : MARKETING

Ouidade SABRI, Maître de Conférences à l'IAE de Paris

Sophie RIEUNIER, Maître de Conférences à l'IAE de Paris

Eric CASENAVE, Enseignant

Philippe MASSIERA, Enseignant

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Savoir analyser et comprendre les fonctionnements des marchés, et en tirer des conclusions managériales qui seront opérationnalisées, soit :

- ✚ Comprendre les spécificités du comportement du consommateur face au point de vente ;
- ✚ Comprendre la stratégie et le mix marketing des producteurs, de la chaîne, du magasin, pour savoir insérer la gestion du rayon dans ces stratégies
- ✚ Appréhender les spécificités du marketing du distributeur
- ✚ Savoir construire une action commerciale optimale au niveau du rayon

METHODES PEDAGOGIQUES

- ✚ Cours avec Powerpoint, exercices, cas + K7 vidéo

CONTENU

- ✓ Le marché spatial du magasin de détail ; Le géomarketing ; principes, dimensions, mise en oeuvre
- ✓ Les outils de la recherche commerciale : études quali, sondage, panels. Etude de concurrence, benchmarking. Etudes de satisfaction
- ✓ Le comportement du consommateur face au point de vente : variables du comportement de magasinage ; choix du point de vente ; comportement en magasin,
- ✓ Stratégies et marketing mix du fabricant – principes ; ce que le distributeur doit connaître et comprendre des choix des fabricants
- ✓ Spécificités du marketing du distributeur-enseigne ; positionnement ; structuration de l'offre ; communication nationale/ régionale
- ✓ Rôle et enjeux des marques et de la MDD (tant pour le producteur que pour le distributeur)
- ✓ Spécificités du marketing du distributeur- magasin- 1 : Répondre à la demande et Optimiser la satisfaction du client : partage des surfaces et zonage, flux de circulation ; univers de consommation ; zone de marché et construction de l'offre globale : mix produit magasin, politique de prix- prix et fixation des prix, taux de marge et coefficient multiplicateur, contraintes légales ; le marketing sensoriel
- ✓ Spécificités du marketing du distributeur- magasin- 2- Incitation du client : les opérations promotionnelles (mise en œuvre, calcul de marge); le mix communication du point de vente et du rayon : médias, prospectus, PLV ; outils de contact et fidélisation ;

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Sophie RIEUNIER - Joël JALLAIS, Le Marketing sensoriel du point de vente, DUNOD

Jallais J., Orsoni J. et Fady A., Le Marketing du Commerce de Détail, Vuibert.

Filsler M., Des Garets V et Paché G., La Distribution : Organisation et Stratégie, Editions EMS

Cliquet G., Fady A. et Basset G., Management de la Distribution, Dunod

Chetochine Georges : Le marketing stratégique du distributeur, Ed. Liaisons

UE 5 : ANGLAIS

Michaël DEAN
Professeur d'Anglais

Carl MILLER
Professeur d'Anglais

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ acquisition des termes techniques du métier
- ✚ maintien de la pratique de la langue

METHODES PEDAGOGIQUES

- ✚ Constitution de dossiers et exposés
- ✚ Fiches de lecture

CONTENU

- ✓ Anglais appliqué à la distribution
- ✓ Etude de la presse spécialisée
- ✓ Expression orale et écrite

UE 6 : CONNAISSANCE DE SOI ET DEVELOPPEMENT PERSONNEL

&

UE 7 : GESTION ET ANIMATION D'EQUIPE

Claire LEDY LEPINE
Gérante de la société KEYS 4E

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ faire réfléchir les apprentis sur leurs comportements relationnels et les amener à développer des comportements efficaces en fonction des contextes..
- ✚ Dans un second temps sont abordés les aspects techniques et organisationnels du Management.

METHODES PEDAGOGIQUES

- ✚ Pour la première partie du programme, outre les apports théoriques, des questionnaires d'auto-évaluation sont proposés aux apprentis. Ce travail nécessite par ailleurs un investissement personnel important.
- ✚ La deuxième partie fait appel à de nombreux jeux de rôle et études de cas et prend appui sur le vécu des apprentis en Entreprise

CONTENU

1^{ère} partie : le management comme gestion de la relation personnelle

- ✓ **A : Connaissance de soi et développement personnel**
 - I.1. Construction et Développement de la Personnalité
 - I.2. Motivations et Besoins. Valeurs et Croyances
 - I.3. L'assertivité et la communication non défensive
 - I.4. La Gestion du Stress

✓ **B : La communication dans les groupes**

- II .1 La dynamique des groupes
- II .2 Les motivations au travail
- II .3 La coopération et les conflits
- II .4 Le pouvoir et le leadership
- II .5 L'autonomie et la délégation
- II .6 Le changement et les résistances au changement

2^{ème} partie : Théories et pratiques du Management

- III .1 Les modèles d'organisation
- III .2 Evolution des théories du Management
- III .3 Le Management Situationnel
- III .4 Le management Opérationnel :
- Gérer les personnes : Recruter, Former, Accompagner, Fixer des objectifs, Motiver, Mener un entretien, Evaluer, Sanctionner, Conduire une réunion...
- Gérer les Ressources matérielles
- Gérer les Ressources financières

Pour tout ce qui concerne la communication inter et intra-personnelle on pourra faire appel aux concepts de Programmation Neuro Linguistique ainsi qu'aux principaux concepts de l'Analyse transactionnelle

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Schermerhorn, Principes de management, Village mondial
S.Fritz, Moi et le management, De Boeck
JL.Viargues, Manager les hommes, Ed Organisation
D.Tissier, Management Situationnel , Insep Consulting
Bourgeois, Comportements humains Et Management, Pearson
Blanchard, Le manager Minute, Ed Organisation
Brilman, Les meilleures pratiques du Management, Ed Organisation
Selles, Animer, diriger une équipe, Cegos
Helfer, Le Management, Vuibert

UE 8 : DROIT SOCIAL

Sophie HUG

Directeur du travail

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ Comprendre certaines situations dans leur dimension sociale
- ✚ Savoir prendre ou faire prendre des mesures conservatoires utiles face à une situation prévue caractérisée par l'urgence.
- ✚ Réduire les risques d'apparition de problèmes dus à l'activité professionnelle.

METHODES PEDAGOGIQUES

- ✚ Cours magistral illustré de nombreux exemples tirés de la vie quotidienne

CONTENU

- ✓ Convention collective et accords d'entreprise
- ✓ L'inspection du travail, les prud'hommes
- ✓ Le CHSCT
- ✓ Les différents contrats de travail (CDD, CDI, Travail temporaire)
- ✓ Qualification professionnelle et fonctions exercées
- ✓ La durée du travail (répartition, rémunération)
- ✓ Le salaire (ses composantes, son paiement, le bulletin de salaire)

- ✓ Retards , absences, maladie et accident du travail, insubordination
- ✓ Mise à pied, licenciement, autres sanctions
- ✓ La grève
- ✓ Les délégués du personnel
- ✓ Les délégués syndicaux
- ✓ Le comité d'entreprise
- ✓ La protection sociale et la retraite

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Mémento Fr. Lefebvre Droit social

Lamy Droit social

Le droit du travail en France D. Gatumel (ed. Fr. Lefebvre)

http://www.travail-emploi-sante.gouv.fr/spip.php?page=fiche-pratique&id_mot=526&id_rubrique=91

• UE DU SEMESTRE 2

UE 11 : JEUX D'ENTREPRISE ET ETUDES DE CAS

Christian JUNIK
Dirigeant d'entreprise

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ Formaliser les acquis par une mise en situation nécessitant une réelle pratique managériale

METHODES PEDAGOGIQUES

- ✚ Animation autour d'un cas, avec didacticiel.

CONTENU

A partir d'une image de la réalité (cas d'entreprise), les apprentis, par groupes concurrents de 3 à 5 personnes, doivent prendre des décisions qui sont entrées dans un logiciel informatique de simulation. Il y a plusieurs périodes, chacune se déroulant selon le même schéma : Les apprentis se concertent au sein de leur groupe, remettent leur décisions à l'animateur, l'ordinateur confronte les décisions des groupes et répartit les marchés.

A chaque stade, les décisions sont commentées et critiquées par l'animateur

UE 12 : CONNAISSANCE DE LA DISTRIBUTION

Marie Eve LAPORTE
Doctorante

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ acquérir une excellente culture générale dans le domaine de la grande distribution généraliste et spécialiste (point de vente et enseigne) ;
- ✚ connaître les principales orientations stratégiques des grands groupes de distribution tant sur le plan national qu'international ;
- ✚ maîtriser les différents formats juridiques du commerce moderne ;
- ✚ appréhender les différentes fonctions de la variable distribution

METHODES PEDAGOGIQUES

- ✚ Exposé + travail de présentation de leur chaîne par les apprentis

CONTENU

- ✓ Historique de l'appareil commercial « grande distribution »
- ✓ Structures des groupes de distribution
- ✓ Stratégies des groupes de distribution en France et à l'international
- ✓ Historique des relations producteurs-distributeurs

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

J.Dioux et M.Dupuis, **Stratégie des réseaux et management des enseignes**– Pearson Education
C.Cliquet, A.Fady et G.Basset , **Management de la Distribution** – Ed Dunod
Benoun M. et Helies-Hassid M.L. (2003), *Distribution : Acteurs et Stratégies*, Economica
Filsler M. (1991), *Stratégie de Distribution*, Vuibert Gestion.
Ducrocq Cédric (2002), *Distribution*,
COLLA E., *La grande distribution Européenne* Editions Vuibert

UE 13 : TECHNIQUES COMMERCIALES

Henry LEPRETTE
Consultant Formateur

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Etre capable d'obtenir les meilleures conditions possibles lors d'une négociation, soit :

- ✚ Comprendre le client, son besoin, adapter ses réponses et conclure
- ✚ Comprendre le fournisseur et obtenir les meilleures conditions d'achat ou promotionnelles

METHODES PEDAGOGIQUES

- ✚ Cours avec Powerpoint, exercices, cas, simulation avec camescope

CONTENU

- ✓ Les organisations en présence (centrale d'achats, service vente)
- ✓ La négociation, principes généraux et enjeux
- ✓ La préparation de la négociation (diagnostic, objectifs, stratégie, grilles de préparation)
- ✓ Choix de la tactique (partenariat, négociation, conflit)
- ✓ Les différentes étapes de l'entretien (prise de contact, se présenter, découverte des besoins et motivations, l'écoute active, définir l'offre, argumenter, répondre aux objections, conclure)
- ✓ La découverte du besoin du client : l'interrogation, les formes de questionnement (questions ouvertes, fermées, alternatives, miroirs), la reformulation
- ✓ Traitement des objections
- ✓ Les techniques de vente, savoir conclure
- ✓ Les techniques d'achat
- ✓ ECR et trade marketing : pour une chaîne gagnante producteur- distributeur- consommateur
- ✓ La négociation en équipes (intérêts, préparation, processus, répartition des rôles)

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Martine Bigeard : 67 fiches de formation à la vente, Editions d'organisation, Paris

UE 14 : MERCHANDISING ET GESTION DU RAYON

Hervé CLEMENT, Consultant en Merchandising

Nicolas LANTENOIS, Consultant en Merchandising

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Savoir optimiser sur les plans :

- + Quantitatifs (CA, Nb de clients, rentabilité, Volumes produits et rotations)
- + Qualitatifs (satisfaction client, image)

METHODES PEDAGOGIQUES

- + Cours avec Powerpoint, exercices, cas

CONTENU

- ✓ Les grandes lignes de l'offre rayon : assortiment (dimensions, composition) ; la constitution de l'assortiment et son amélioration (introduction de produits nouveaux, retraits de produits)
- ✓ Allocation de surfaces et implantation des rayons (principes, méthodes, outils), multiprésentation,
- ✓ Agencement de linéaire, facing, hauteur, TG (principes, méthodes, outils)
- ✓ Signalisation et balisage
- ✓ Les systèmes de merchandising par répartition (prorata des parts de marché, du CA réalisé ou de la marge dégagée ou système mixte) le PDP et son utilisation en centrale d'achat, Gestion des rotations
- ✓ systèmes de gestion intégrée, liant l'organisation logistique et la gestion des stocks à l'objectif de pondération des marges :
 - Les systèmes reposant sur la prévision quotidienne des ventes
 - Les systèmes reposant sur le principe du un pour un
 - Avantages et inconvénients des différents systèmes utilisés
- ✓ Le contrôle : finalités, principes, outils, limites

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Serge Cogitore, Le Category Management, Dunod

Alain Welhoff, Le Merchandising, Dunod

Dominique Mouton et Gaudérique Paris, Pratique du Merchandising, Dunod

Gérard Blintzowsky, Le Merchandising opérationnel, Maxima

André Fady et Michel Seret : Merchandising, Vuibert gestion

Wellhof et Masson : Merchandising

UE 15 : LOGISTIQUE

Damien MOUREY

Professeur Agrégé d'Economie, IAE de Paris

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ Maîtriser la logistique en magasin
- ✚ Comprendre l'organisation des systèmes logistiques

METHODES PEDAGOGIQUES

- ✚ Initier les étudiants-apprentis à la fonction logistique dans ses différents aspects
- ✚ Perception concrète-terrain par la visite d'une entreprise spécialisée dans la logistique d'interface producteur-distributeur et par l'utilisation d'outils multimédias

CONTENU

- ✓ **Introduction : les grands enjeux logistiques**
 - les origines
 - la logistique, source d'avantage concurrentiel ?
 - la place des prestataires de logistique
- ✓ **Les achats**
 - L'entreprise et ses marchés
 - Les enjeux
 - Acheter
 - Politique d'achat
 - Les besoins à court et moyen terme
 - Les marchés des achats
 - Le déroulement de l'acte d'achat : l'étude de marché, la provocation des offres, la collecte d'informations, premier tri, la négociation (1^{er} tout), sélection et choix, la négociation (1^{ème} choix), la base du contrat, le contrôle du contrat
- ✓ **Outils généraux de gestion des stocks**
 - Introduction : définition des stocks
 - Intérêt de gestion des stocks
 - Principales étapes de la tenue des stocks
 - Gestion classique (principes généraux)
 - Gestion prévisionnelle (principes généraux)
 - Mesures de la performance logistique (tableaux de bord)
- ✓ **La logistique de production, contrainte pour le distributeur ?**
 - Définition et concepts fondamentaux
 - Principes généraux de l'ordonnancement des matières, des stocks et des commandes
 - Principes généraux du service méthodes
 - Approche du concept de l'excellence industrielle (cercles de qualité, assurance de la qualité, certification ...)
 - Les techniques de régulation de la production (JAT, MRP)
 - Les systèmes de gestion des stocks
- ✓ **Qualité**
 - Assurance de la qualité, certification, qualité filières, filières et filières-distributeurs, le concept de traçabilité et sa mise en œuvre
 - Le cadre juridique (certification ISO 9000, 14000 ...)
 - Les signes de la qualité (AOC, signes de qualité européens (AOP, IGP, STG), atouts certifiés qualités, produits de montagne, labels ...)
 - Chaîne du froid (les différents acteurs institutionnels (services vétérinaires, DGCCRF ...), la responsabilité d'un directeur de GMS en la matière)
- ✓ **La logistique de distribution (entrepôt et plateformes)**
 - Introduction

- Les contraintes administratives
- Gestion des flux
- Architecture des systèmes logistiques (entrepôts et plateformes)
- Les systèmes logistiques des distributeurs
- Type de stockage, préparation des commandes
- Les tentatives d'approche logistique intégrée producteur-distributeur : l'E.C.R
- Les tournées de livraison (logiciels spécifiques d'optimisation)
- Gestion physique des réserves, optimisation des stocks et approvisionnements
- Interface producteur-magasin, cross-docking
- ✓ **Les méthodes et outils logistiques du magasin**
 - Méthodes et techniques de prévision
 - Les nouvelles technologies logistiques de la distribution (EDI, CAO)
- ✓ **La logistique des transports**
 - Les grandes options d'orientation du choix du type de transport
 - Les facteurs à considérer dans le choix du mode de transport
 - Caractéristiques essentielles des modes de transport
 - Quels délais pour un envoi ?
 - Les documents nécessaires au transport
 - Qu'est-ce que le transport combiné ?
 - Définition et rôle des différentes catégories d'auxiliaires de transport
 - Les incoterms

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Yves PIMOR ; Logistique : Techniques et mise en œuvre ; L'Usine Nouvelle
 BRUNELL-LE DENN ; La démarche logistique ; Afnor Gestion
 MATHE-TIXIER ; La Logistique ; Que sais-je ?
 LAURENTIE ; Logistique : Démarches et Techniques ; Afnor

UE 16 : PRISE DE DECISION ET PILOTAGE

Antoine LEHUEDE
 Consultant

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✚ Le principe du séminaire consiste à mesurer le potentiel managérial des acteurs à l'aide de différentes situations et tests pour donner une lecture quantitative puis qualitative afin que chacun connaisse mieux ses forces et faiblesses pour s'améliorer

METHODES PEDAGOGIQUES

La logique du séminaire s'articule en quatre phases :

- ✚ La Dynamique de groupe démontre la performance
- ✚ Initier cette dynamique de groupe exige la meilleure connaissance de soi et des autres.
 Pour permettre l'adhésion des autres il faut identifier les valeurs et besoins à travers quatre versus : comportemental, psychologique, sociologique, managérial
- ✚ Intégrer les outils de l'organisation pour optimiser la performance managériale
- ✚ Développer la créativité au service de l'innovation
 La pédagogie propose de nombreuses situations ou tests et seulement après le « décodage » avec les apports conceptuels et les exemples professionnels appliqués

CONTENU

- ✓ Introduction :

- ✓ Dynamique de groupe
Optimiser la synergie au service de la performance, « Situation La NASA Pfeiffer Jones »
Concepts : Mayo, Lewin, Bavelas
- ✓ Styles de Comportement
Reconnaître les valeurs et besoins des autres pour obtenir l'adhésion et en conséquence permettre la dynamique de groupe, « Test AWA ».
Concepts : Johari, Moreno, Aristote
- ✓ Styles de Management
Concilier les intérêts de la productivité avec l'humain, « Test Blake et Mouton »
Concepts : Séryeix, Tannenbaum, « Survivants »
- ✓ Styles de vie
Comprendre l'évolution sociologique permet de mieux appréhender la motivation
« Test Sociostyles Cathelat »
Concepts : Inteculture, Hofstede, Sherif
- ✓ Analyse transactionnelle
Comprendre les lectures psychologiques pour gérer au mieux les conflits, « Test Statétogramme, analyse transactionnelle »
Concepts : PNL, Milgram, Pensée latérale
- ✓ Gestion du temps et analyse de la décision
Gérer au mieux la décision dans un environnement complexe, « Test de communication non verbale rouges et verts »
Concepts : Warden, Blackgold, Scanlon
- ✓ Créativité : la pensée latérale
Développer la créativité pour apporter de nouvelles solutions, « Situation les 6 chapeaux »
Concept : La pensée latérale Edward de Bono
- ✓ Créativité : les outils d'analyse et de réflexion
Intégrer les méthodologies pour optimiser la créativité, « DATT les outils d'analyse et de réflexion »
Concept : DATT Edward de Bono
- ✓ Conclusion :
« Idées-forces pour optimiser son Management »

INTERVENANTS REGULIERS

Philippe ALART, Directeur des Etudes DisTech - Strasbourg,
Eric CASENAVE, Enseignant
Hervé CLEMENT, Consultant en Merchandising
Michaël DEAN, Professeur d'anglais
Rémi GARCIA, Consultant, Informatique
Stéphanie JARRY, Enseignante
Christian JUNIK, Dirigeant d'entreprise,
Nicolas LANTENOIS, Consultant en Merchandising
Claire LEDY LEPINE, Administratrice Groupement pour la Promotion de la Création-Reprise d'Entreprise
Marie-Eve LAPORTE, Doctorante
Paul LE FLOCH, Professeur des universités
Henry LEPRETTE, Formateur,
Antoine LEHUEDE, Consultant
Philippe MASSIERA , Enseignant
Carl MILLER, Professeur d'Anglais
Sophie HUG, Directeur du travail
Damien MOUREY, Professeur Agrégé de gestion
Sophie RIEUNIER, Maître de Conférences à l'IAE de Paris
Ouidade SABRI, Maître de Conférences à l'IAE de Paris

RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS

IAE de Paris
Mohamed LAASRI
21, rue Broca – 75005 Paris
Tél : 01 53 55 27 25
Laasri.iae@univ-paris1.fr