



Profil

Chef de secteur, directeur de magasin ou chef de produit évolutifs

Pré-requis

Bac+4 et huit ans minimum d'expérience comme cadre dans la distribution

Débouchés

Responsable de marque, responsable service clients, cadre en marketing des services, consultant en stratégie de la distribution

Il s'agit d'un exemple type de candidature. La spécificité de votre parcours et de votre profil sera étudiée au cas par cas avant validation ou non de votre dossier. Aucune formation ne peut démarrer sans cette étape de validation par l'équipe administrative et pédagogique.

BAC+5

STRATEGIE DE LA DISTRIBUTION

Le DU (Diplôme d'Université) est un diplôme d'établissement. Il s'agit d'une formation diplômante mais non nationale. Il existe des DU à différents niveaux et de différentes durées.

IMMAD

➔ INSTITUT DU **MARKETING**
ET DU **MANAGEMENT**
DE LA **DISTRIBUTION**

Module 1

STRATEGIE, ENJEUX ET CHALLENGE DE LA DISTRIBUTION

Durée : 3 jours

Par une approche abductive, les participants décrypteront les stratégies et positionnement de leur enseigne. Ils en réaliseront un audit stratégique qui sera la base de la validation du module.

Objectifs du module

- Appréhender la construction d'une stratégie et la diversité des stratégies suivies par les entreprises
- Comprendre la dynamique et les évolutions qui structurent le champ de l'analyse stratégique
- Comprendre les fondamentaux du marketing stratégique
- Maîtriser les différentes grilles d'analyse stratégique (analyse concurrentielle et sectorielle, construction d'un avantage concurrentiel, matrices de portefeuille...)

Module 2

CLIENT ET DISTRIBUTEUR

Durée : 3 jours

En partant d'un socle théorique solide et important - le cours et les ouvrages de référence ainsi que des articles académiques - les stagiaires procéderont à la réalisation d'un dossier d'analyse de leur consommation, ainsi qu'à un audit de fidélisation. Ceci leur permettra de s'approprier plus rapidement les concepts théoriques évoqués en cours magistraux et de les mettre en œuvre sur leur propre cas.

Objectifs du module

- Compte tenu de l'arrivée de nouveaux concurrents (pure players notamment), d'une concurrence exacerbée, de l'arrivée à maturité de nombreux marchés et des nouveaux comportements des consommateurs, les entreprises doivent veiller à créer de la valeur pour elles-mêmes mais également pour leurs clients, en veillant à satisfaire mais surtout fidéliser leurs clients. Il s'agit de comprendre comment s'expriment les nouveaux rapports entre client et distributeur.

Module 3

MANAGEMENT DES EQUIPES ET ORGANISATION SERVICIELLE

Durée : 3 jours

Méthodes pédagogiques et validation

La pédagogie sera centrée sur une méthode abductive, en partant d'exemples concrets pour ensuite théoriser la réalité observée. Une approche critique basée sur des études de cas sera privilégiée.

Les stagiaires seront évalués par la préparation d'un dossier individuel sur le diagnostic du management et du marketing d'une unité de service et des préconisations d'amélioration.

Objectifs du module

- Comprendre la nature systémique de l'organisation de service
- Prendre conscience de la nécessaire cohérence entre stratégies, politiques de management et marketing dans la distribution omni canal
- Comprendre le nouveau modèle de management émergent et nécessaire au management des équipes et des modèles de services (galens)

METHODOLOGIE DU MEMOIRE

Durée : 5 jours

Un mémoire de master, constitue la mise en œuvre d'une étude dont la finalité est de proposer une analyse précise et argumentée d'une problématique managériale après une phase de recherche. Cette phase de recherche comporte quatre étapes : l'ouverture théorique sur le sujet, la formulation des hypothèses, le terrain et le recueil des données et enfin l'analyse et les préconisations managériales.

Pour une organisation pédagogique optimum de l'apprenant concernant la réalisation de ce travail, il est proposé d'accoler une journée de méthodologie après chaque module de cours. À raison d'une séance d'accompagnement tous les deux mois, le stagiaire aura le temps nécessaire d'approfondir sa réflexion entre chaque séance de méthodologie.

Pour tous renseignements

- **Anne-Sophie Matten**
Chargée de développement
07 64 07 85 77
anne-sophie.matten@univ-lille2.fr
- **Corinne Dion**
Ingénierie pédagogique et suivi administratif
03 20 73 08 70
corinne.dion@univ-lille2.fr

6, rue de l'Hôtel de Ville - BP 59
59051 Roubaix Cedex 01
03 20 73 08 05
immd@univ-lille2.fr
immd.fr