



# LIVRET DE L'ÉTUDIANT 2018/2019

.....

Diplôme d'Université  
Responsable de commerce de gros  
et de boissons  
Distech Management



## SOMMAIRE

<b>Préambule</b> .....	<b>2</b>
• Public concerné	
• Objectifs	
• Nos Différences	
<b>Organisation de la formation</b>	
• Planning .....	3
• Organisation pédagogique .....	4
• Contacts .....	5
<b>Modules de formation</b>	
• Gestion	
o Fondamentaux de finance .....	7
o Management stratégique .....	8
o Informatique .....	9
• Juridique	
o Droit de la distribution .....	12
o Gestion du risque client .....	13
o Droit de la concurrence et réglementation des ventes .....	14
o Droit social .....	15
• Marketing	
o Marketing opérationnel .....	17
o Stratégie et développement commercial .....	18
o Tableaux de bords .....	18
• Management	
o Dynamique de groupe .....	20
o Pilotage de soi et de son équipe .....	22
o Gestion du changement .....	24
o Gestion d'une équipe de vente .....	25
o Processus de décision .....	26
o Processus de communication .....	27
<b>Mémoire</b>	
• Préparation à la soutenance du mémoire .....	29
• Notes d'information sur la rédaction et la soutenance du mémoire .....	30
<b>Modalités d'examens</b>	
• Règlement d'examens .....	33
<b>Informations pratiques</b>	
• Organisation générale .....	35
• Lieu de la formation .....	36
• Hébergement .....	36
• Plan d'accès .....	36
• La vie à Nancy .....	36

## PRÉAMBULE

La formation Distech Plus est organisée par la Formation de la Distribution, en partenariat avec l'IAE Nancy School of Management - Université de Lorraine.

### Public concerné

Ce programme s'adresse à des cadres opérationnels, présentant de réelles aptitudes au management, ayant 3 ans d'expérience professionnelle dans la filière boissons CHD.

La formation est accessible **quel que soit le niveau de formation initiale**.

### Objectifs

Les stagiaires développeront :

- leurs compétences managériales,
- leurs aptitudes à l'analyse des marchés,
- leur leadership et leur capacité à travailler en équipe
- leur vision stratégique du métier,

et consolideront leurs compétences en gestion.

### Nos différences

- Une formation assurée conjointement par des professionnels et des enseignants universitaires et un accompagnement dans le cadre d'un coaching professionnel pour vos collaborateurs
- Une formation continue compatible avec l'activité professionnelle concentrée sur 9 semaines réparties sur 9 mois soit 288 heures.
- Un programme spécifique à l'environnement CHD.
- Le partage d'expériences entre les participants d'un même univers.
- La participation des grands producteurs partenaires de Distech.
- Une formation diplômante : un diplôme d'Université délivré par l'Université de Lorraine et reconnu RNCP.

septembre		octobre		novembre		décembre		janvier	
1 S		1 L		1 J	Férié	1 S		1 M	
2 D		2 M		2 V		2 D		2 M	
3 L		3 M		3 S		3 L		3 J	
4 M		4 J		4 D		4 M		4 V	
5 M		5 V		5 L		5 M		5 S	
6 J		6 S		6 M		6 J		6 D	
7 V		7 D		7 M		7 V		7 L	
8 S		8 L		8 J		8 S		8 M	
9 D		9 M		9 V		9 D		9 M	
10 L		10 M		10 S		10 L		10 J	
11 M	Rentrée	11 J		11 D		11 M		11 V	
12 M		12 V		12 L		12 M		12 S	
13 J		13 S		13 M		13 J		13 D	
14 V		14 D		14 M		14 V		14 L	
15 S		15 L		15 J		15 S		15 M	
16 D		16 M		16 V		16 D		16 M	
17 L		17 M		17 S		17 L		17 J	
18 M		18 J		18 D		18 M		18 V	
19 M		19 V		19 L		19 M		19 S	
20 J		20 S		20 M		20 J		20 D	
21 V		21 D		21 M		21 V		21 L	
22 S		22 L		22 J		22 S		22 M	
23 D		23 M		23 V		23 D		23 M	
24 L		24 M		24 S		24 L		24 J	
25 M		25 J		25 D		25 M		25 V	
26 M		26 V		26 L		26 M		26 S	
27 J		27 S		27 M		27 J		27 D	
28 V		28 D		28 M		28 V		28 L	
29 S		29 L		29 J		29 S		29 M	
30 D		30 M		30 V		30 D		30 M	
		31 M				31 L		31 J	

février		mars		avril		mai	
1 V		1 V		1 L		1 M	Férié
2 S		2 S		2 M		2 J	
3 D		3 D		3 M		3 V	
4 L		4 L		4 J		4 S	
5 M		5 M		5 V		5 D	
6 M		6 M		6 S		6 L	
7 J		7 J		7 D		7 M	
8 V		8 V		8 L		8 M	
9 S		9 S		9 M		9 J	
10 D		10 D		10 M		10 V	
11 L		11 L		11 J		11 S	
12 M		12 M		12 V		12 D	
13 M		13 M		13 S		13 L	
14 J		14 J		14 D		14 M	
15 V		15 V		15 L		15 M	
16 S		16 S		16 M		16 J	
17 D		17 D		17 M		17 V	
18 L		18 L		18 J		18 S	
19 M		19 M		19 V		19 D	
20 M		20 M		20 S		20 L	
21 J		21 J		21 D		21 M	
22 V		22 V		22 L		22 M	
23 S		23 S		23 M		23 J	
24 D		24 D		24 M		24 V	
25 L		25 L		25 J		25 S	
26 M		26 M		26 V		26 D	
27 M		27 M		27 S		27 L	
28 J		28 J		28 D		28 M	
		29 V		29 L		29 M	
		30 S		30 M		30 J	
		31 D				31 V	

# ORGANISATION PÉDAGOGIQUE

## 6 modules :

### Gestion

- Fondamentaux de finance 2 jours
- Management stratégique 2 jours
- Informatique 2 jours

### Juridique

- Droit de la distribution 2 jours
- Gestion du risque client 3 jours
- Droit de la concurrence 1 jour
- Droit du social 2 jours

### Marketing

- Marketing opérationnel 3 jours
- Stratégie et développement commercial 2 jours
- Tableaux de bord 2 jours

### Management

- Dynamique de groupe 2 jours
- Pilotage de soi et de son équipe 2 jours
- Gestion du changement 2 jours
- Gestion d'une équipe de vente 2 jours
- Processus de décision 2 jours
- Process communication 1 jour

### Mémoire

- Préparation à la soutenance du mémoire 1 jour

### Études de cas

- Résolution d'un cas de synthèse 2 jours
- Soutenance mémoire 1 jour

36 Jours

## CONTACTS

### IAE NANCY of School of Management / DISTECH CHD

#### DISTECH

Campus Artem  
90 rue du Sergent Blandan  
54037 NANCY CEDEX

Tél. : 03 72 74 16 55

E-mail : [isabelle.kohr@univ-lorraine.fr](mailto:isabelle.kohr@univ-lorraine.fr)  
Site internet : [www.distech.fr](http://www.distech.fr)

#### VOS CONTACTS

Jacky KOEHL  
Directeur pédagogique  
Bureau 109

Isabelle KOHR  
Directrice du développement  
Bureau 205



## MODULE GESTION

## Fondamentaux de finance

### Objectifs

- Permettre une compréhension simple des principales notions d'analyse financière
- Apprécier la rentabilité d'une activité
- Mesurer le risque lié à la solvabilité et apprécier la trésorerie

### Méthodes

Séminaire a fort contenu méthodologique qui alternera les phases de présentations des concepts et de méthodologies avec des phases d'illustration et d'exercice permettant aux auditeurs une appropriation du contenu.

### Contenu

#### A. Méthodologie du diagnostic financier

- Analyse de l'activité,
- Analyse des moyens mis en œuvre,
- Analyse du financement.

Ce premier module permet une appropriation des principales notions de gestion financières dans un cadre cohérent. Il permet de poser les démarches et les concepts nécessaires à l'appréhension du fait financier dans l'entreprise. Ce module est présenté à partir des documents financiers d'une entreprise de taille comparable. Il permet la construction des principales notions des soldes intermédiaires de gestion (valeur ajoutée, Excédent brut d'exploitation, résultat et flux financiers, capital économique, BFR et trésorerie, capitaux propres et endettement).

#### B. Principe de choix d'investissement et mesure de rentabilité

- Principes généraux de l'investissement (analyse de la VAN),
- Principales mesures de performance.

Ce deuxième module aborde plus spécifiquement l'analyse de la rentabilité de l'entreprise et plus particulièrement des projets dans une logique d'investissement. Il aborde la notion d'actualisation et la notion de risque et débouche sur l'approche de la valeur actuelle nette.

#### C. Principe de choix de financement et mesure de solvabilité

- Evaluation du coût des ressources,
- Principales mesures de la solvabilité et de liquidité,
- Vers la construction du business plan.

Ce troisième module pose les bases de la politique financière à travers ses articulations avec les moyens et avec les conséquences de l'activité. Il permet d'aborder les conséquences de ces choix tant en terme de rentabilité qu'en terme de solvabilité.

**Conclusion : Évaluation financière de l'activité et au-delà.**

### Durée

2 jours

# Management stratégique

## Objectifs

- Permettre l'identification des variables stratégiques importantes pour le business model d'un entrepositaire grossiste ou d'un client.
- Identifier les facteurs clés de succès dans l'activité.
- Apprécier l'intensité concurrentielle
- Evaluer les forces et les faiblesses de l'organisation.
- Formuler un plan stratégique de développement de l'activité.

## Méthodes pédagogiques

Séminaire a fort contenu méthodologique qui alternera les phases de présentations des concepts et de méthodologies avec des phases d'illustration et d'exercices permettant aux auditeurs une appropriation du contenu.

## Contenu

Présentation générale du séminaire

Introduction : Identifier et formuler les finalités d'un projet ou d'une entreprise.

Cette introduction est le prétexte à une clarification des termes utilisés dans le cadre de l'analyse stratégique pour appréhender les finalités. En particulier, une distinction est établie entre les missions, vocations, les buts et les objectifs. Cette introduction permet de construire la représentation stratégique comme une action finalisée.

### 1<sup>ère</sup> Partie : L'analyse de l'environnement

- L'environnement général
- La concurrence et le marché

Cette première partie permet d'identifier dans l'environnement les éléments pertinents pour appréhender les opportunités et les menaces qui affectent une entreprise ou un projet. Dans un premier temps, l'environnement est appréhendé dans sa globalité (à partir du modèle PEST) à travers les dimensions politique, économique, sociétale et technologique. Dans un deuxième temps, l'analyse se focalise sur

l'environnement d'affaires en appréhendant l'offre sur le marché, la demande et l'intensité concurrentielle. Cette première partie, illustrée à partir d'un exemple simple, permet de repérer les facteurs clés de succès, ainsi que les compétences et ressources nécessaires pour construire un avantage concurrentiel durable et pertinent.

### 2<sup>e</sup> Partie : L'analyse du projet (ou de l'entreprise)

- Construction de la chaîne de valeur
- Appréciation des facteurs clés de succès

Cette deuxième partie se concentre sur le projet ou l'entreprise pour lequel l'analyse stratégique est réalisée. Elle en propose une représentation à partir de la chaîne de valeur et débouche sur une analyse du degré de maîtrise des facteurs clés de succès, de l'identification de l'adéquation des ressources et des compétences aux exigences de l'environnement. Cette deuxième partie est illustrée également par un cas simple permettant une appropriation individuelle des notions.

### 3<sup>e</sup> Partie : Le diagnostic stratégique et les préconisations

Cette troisième partie repose sur l'articulation des deux précédentes. Les préconisations stratégiques découlent d'un diagnostic stratégique dont les principaux outils sont présentés (cartes stratégiques et matrices stratégiques BCG, Mc Kinsey,) lui-même construit sur la base d'une recherche de congruence entre les opportunités et menaces de l'environnement et les forces et faiblesses de l'entreprise (ou du projet) - approche SWOT. Les différentes dimensions stratégiques : champs, avantages concurrentiels à construire et manœuvres stratégiques sont présentées à partir d'illustrations élaborées à partir d'exemples d'entreprises ou d'activités comparables.

Conclusion : vers le plan stratégique.

## Durée

2 jours

# Informatique

## Objectifs

- familiariser chacun avec l'outil informatique à sa disposition
- former rapidement aux principaux outils du gestionnaire
- essayer de répondre aux besoins exprimés

## Contenu

Thèmes proposés (adaptation possible selon les besoins des auditeurs) :

- Excel
  - les bases : entrée de données, mise en forme, ...
  - construction de formules, feuilles liées, noms
  - graphiques
  - formules et fonctions élaborées : tests, recherche, ...
  - tableau croisé dynamique ; filtres
- Word : connaître les fonctionnalités qui améliorent la rédaction d'un rapport (gestion des sections, styles, sommaire automatique, ...)
- PowerPoint : être capable de réaliser une présentation sommaire (incluant des images) et savoir personnaliser l'animation

## Méthodes

- 2 journées bloquées en salle informatique
- présentation des concepts par l'enseignant (vidéoprojection) et application sur poste, sur la base de mini-cas sur des thèmes liés à la gestion

## Évaluation

- Sans évaluation directe

## Références

- Claude DUIGOU - « Excel 2010 » - éditions ENI
- Collectif - « Excel 2010 par l'exemple » - éditions ENI
- C.D. Frye, F. Lemainque - « Excel 2010 - Étape par étape » - Microsoft Press ; 2010
- Philippe Moreau - « Excel 2010 - Initiation/Avancé » - Eyrolles 2010
- ainsi que de très nombreux sites Web

## Durée

2 jours

## MODULE JURIDIQUE

# Droit de la distribution

## Objectifs

Connaître les différentes implications juridiques, et les limites de responsabilité inhérentes aux décisions de gestion prises par l'entreprise ou ses salariés. Approfondir le cadre contractuel de la distribution des boissons.

## Contenu

### 1. L'assistance et le conseil dans la distribution de boissons

#### A. Droit de la consommation :

- publicité pour l'alcool,
- actions promotionnelles sur les prix.

#### B. Publicités trompeuses et comparatives - primes et loteries

#### C. Droit de la concurrence :

- facturation,
- délais de paiement,
- revente à perte,
- prix imposés.

### 2. L'aspect contractuel des contrats de boissons :

- Négociation et conclusion des contrats,
- Conditions générales de vente : contenu et communication,
- Conditions particulières de vente.

### 3. L'aspect concurrentiel des contrats de boissons :

- L'approvisionnement exclusif en droit de la concurrence :
  - \* règles de droit interne,
  - \* règles de droit communautaire.
- Techniques de négociation.

## Durée

2 jours

# Gestion du risque client

## Objectifs

Face au risque d'insolvabilité d'un client, savoir :

- quelles précautions prendre lors de l'ouverture du compte
- quelle attitude adopter en cas de doute sur la solvabilité
- comment conduire un contentieux
- comment recouvrer ses créances, et s'exercer à la prise de parole en public sur une question technique

## Contenu

- les informations indispensables sur le client
- la prise de garanties contractuelles
- le choix de son Juge
- la prise de mesures conservatoires
- la recherche d'une solution amiable
- la procédure judiciaire
- l'exécution des décisions de Justice
- la sauvegarde, le redressement ou la liquidation du débiteur

## Méthode pédagogique

- les différents thèmes sont préparés par les étudiants eux-mêmes, qui présentent le sujet à leurs camarades, répondent à leurs questions et objections
- après un commentaire du travail présenté, l'enseignant reprend le thème et met en lumière les points essentiels à retenir,

## Les étudiants sont notés sur :

- le travail présenté
- le résultat obtenu à un QCM qui intègre des questions de chaque matière, et donc de la « gestion du risque client »

## Bibliographie

Donnée aux étudiants en fonction des thèmes dont le traitement leur est dévolu, lors d'une réunion qui précède le premier cours.

## Durée

3 jours



# Droit de la concurrence et réglementation des ventes

## Objectifs

- Donner aux étudiants un ensemble cohérent de notions juridiques indispensables pour l'exercice de leur activité professionnelle.
- Intégrer un raisonnement juridique axé sur les techniques de distribution et de commercialisation, en prenant en compte l'environnement concurrentiel et réglementaire.

## Contenu

### 1<sup>ère</sup> partie : Les notions fondamentales du droit de la concurrence :

- I. Les pratiques anticoncurrentielles
- II. Les pratiques restrictives de concurrence
- III. Les différents contrats de distribution
- IV. Les différentes autorités de régulation de la concurrence.

### 2<sup>e</sup> partie : La réglementation des ventes

- I. La détermination des prix de vente
- II. La publicité des prix
- III. Les réglementations relatives aux différentes formes de promotion des ventes  
Promotion par la publicité, par les prix, par le crédit, par les jeux, par les ventes à distance, par les primes et les cadeaux.

## Méthode

- Utilisation d'un support « résumé de cours » mis en ligne
- Études de cas

## Références / Bibliographie

- Lamy Droit Economique : concurrence – distribution – consommation
- Fiches pratiques sur <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf>

## Durée

1 jour

# Droit social

## Objectifs

Les thèmes ici présentés ont été choisis en raison de la place importante qu'ils tiennent dans le contentieux devant les conseils des prud'hommes. L'objectif de ce cours sera d'enseigner les règles et techniques juridiques essentielles permettant d'échapper au procès, en évitant les erreurs les plus souvent commises dans la gestion juridique du personnel. L'objectif affiché nous conduira à adopter une approche très pratique des thèmes abordés. Après un rapide exposé des règles applicables à chaque question, il sera présenté des contentieux réels (et les solutions qui leur ont été apportées par les juges d'appel ou de cassation) à travers l'analyse de nombreuses décisions de justice.

## Contenu

### Introduction

- Qu'est-ce que le droit du travail ?
- A quoi sert le droit du travail
- Des risques judiciaires de ne pas le respecter

### 1<sup>ère</sup> partie - La convention collective FNB

Paragraphe unique. Lire la convention collective FNB.

- A. Qu'est-ce qu'une convention collective ?
- B. Sur quelques spécificités de la convention collective FNB
- C. Articulation avec la loi et les autres sources (contrat de travail, convention d'entreprise, usage, règlement intérieur)

### 2<sup>e</sup> partie - Le contrat de travail

#### I. Les clauses « problématiques » du contrat de travail

- A. La clause de non concurrence
- B. La clause d'objectif / de résultat
- C. La clause de mobilité
- D. La clause d'exclusivité

#### II. Modification du contrat de travail

- A. La distinction entre modification du contrat et changement des conditions de travail
- B. Le cas particulier de la modification du salaire :
  1. Les sources du salaire,
  2. L'interdiction des clauses de variabilité (en matière de rémunération).

#### III . La rupture du contrat de travail

- A. Mener à bien un licenciement pour motif personnel.
- B. Les principales difficultés du licenciement pour motif économique.
- C. Les autres modes de rupture :
  1. La démission,
  2. La prise d'acte de la rupture,
  3. La rupture conventionnelle
- D. La transaction : avantages et inconvénients

### 3<sup>e</sup> partie - Santé et sécurité dans l'entreprise

#### I . La sécurité dans l'entreprise : quelles responsabilités pour l'employeur ?

- A. La responsabilité pénale du chef d'entreprise et de l'entreprise :
  1. Principe,
  2. La clause de délégation de pouvoir.
- B. La responsabilité civile de l'employeur
- C. Les acteurs de prévention
- D. Les « nouveaux risques » : Stress et risques psychosociaux
- E. Focus sur l'état d'ébriété du salarié

## Méthode

Cours didactiques + études de cas

## Durée

2 jours

## MODULE MARKETING

# Marketing opérationnel

### Objectifs

- S'approprier les concepts du marketing opérationnel
- Maîtriser les outils d'analyse et d'évaluation
- Proposer et mettre en œuvre des actions terrain avec les clients

### Contenu

Les concepts du marketing opérationnels

Les leviers de la performance commerciale (Swot et mind mapping)

- Les outils d'analyse du marché et de la zone de chalandise
- L'analyse de la clientèle
- L'étude de concurrence
- Le mix produit
- Les méthodes et supports de communication

L'audit de situation

- Les critères de performance
- Les méthodes d'évaluation
- Les grilles d'analyse
- Les entretiens
- Les supports de communication

La mise en œuvre d'un plan

- Les critères de choix, les objectifs
- Le plan d'action (outils, timing, partenaires, plan de communication)
- Les avantages commerciaux pour le client

### Méthode pédagogique

- Mind Mapping
- Exercices de mise en situation individuelle
- Simulation d'audit terrain

### Durée

3 jours

# Stratégie et développement commercial

## Objectifs

Apprendre à bien connaître son marché et les mécanismes qui permettent d'optimiser un bon positionnement, et mettre en œuvre une stratégie marketing.

## Contenu

### 1. Axes de formation

- La démarche marketing et la démarche commerciale
- Le géomarketing et la démarche marketing : maîtriser son territoire
- Les modèles stratégiques : outils et modalités d'utilisation
- La politique commerciale : enjeux et composantes

### 2. Jeu de simulation : nouvelle stratégie d'entreprise après le rachat d'un entrepôt (Cas Sonadis)

avec deux sous-parties :

### 2.1. Objectifs stratégiques

- Définition des orientations stratégiques possibles
- Segmentation des marchés
- Organisation de la fonction commerciale
- Gestion de la force de vente

### 2.2. Approche logistique

- Les 3 horizons de la logistique
- Les indicateurs-clés pour la logistique : coût de stock, coût de possession, stock moyen
- Les modèles génériques de gestion du stock
- La méthode ABC et les modalités de gestion associées à chaque groupe

## Durée

4 jours

# Tableaux de bords

## Objectifs

- Compréhension du fonctionnement et de l'utilité d'un tableau de bord
- Savoir créer ses propres indicateurs
- Connaître les techniques des tableaux croisés dynamiques et des segments sur Excel

## Contenu

- L'arbre de décision et les indicateurs
- La création d'une base de données
- La notion de champ sur excel
- Les leviers de la performance

## Méthodes

- Cours théorique sur les principes et les techniques
- Exercices pratiques et mise en situation
- Travail en sous-groupe

## Évaluation

- Etude de cas

## Références / Bibliographie

Les tutoriels excel

Les autres documents seront donnés en début de cours

# MODULE MANAGEMENT

# Dynamique de groupe

## Objectif

Établir en amont d'une formation pragmatique de 9 semaines, un climat propice à la cohésion et à la dynamique de groupe, de responsables commerciaux de la distribution qui accéderont à des fonctions de direction et de management.

Il convient également de mener les participants à :

- Gagner en présence et en authenticité dans les relations interpersonnelles,
- Développer des relations créatives avec soi-même et avec les autres dans la dynamique de communication,
- Prendre conscience de leurs motivations et de leurs capacités à participer, agir et réagir dans un travail d'équipe.

## Contenu

L'intervention se déroulera sur deux journées abordant les différents aspects théoriques nécessaires et s'appuyant sur de nombreuses expérimentations pratiques permettant :

- un travail sur la personne et sur ses ressources comportementales (corps, voix, dynamisme, expressivité, patrimoine émotionnel);
- un travail sur l'image et l'expression de soi (s'affirmer, entrer en scène, créer l'action à travers un comportement expressif, improviser, etc.);
- un travail sur les qualités relationnelles en situation de communication (écoute, adaptation, flexibilité, esprit d'initiative, force de motivation et de proposition).

Ces deux journées d'intervention peuvent s'articuler autour de quatre thèmes (un thème par demi-journée) :

## 1) la structuration de l'expression et les moyens de l'influence

A partir de différentes clés théoriques, des exercices pratiques seront réalisés du type interviews croisées de présentation des participants, prise de parole, formulation du message, jeux de négociation, etc. Les apports de la PNL (programmation neurolinguistique) enrichiront cette première étape.

## 2) Comment créer et maîtriser une dynamique de réunion ?

Tout manager doit maîtriser la préparation et la conduite de différents types de réunion. Chaque participant sera à la fois mis en position d'émetteur et de récepteur d'information et par voie de conséquence de communicant. Il sera à même de préparer et conduire différents types de réunions en préservant à la fois l'ambiance et l'efficacité. (Morphologie des différents types de réunions, dynamique d'équipe, choix des meilleurs types de communication, structure des réunions : environnement, objectifs, contraintes, déroulement, repérage des mécanismes bloquants et ceux qui font agir, affirmation de soi, gestion de la contestation.).

## 3) Quel type de manager suis-je ?

Mise en situation des participants notamment par l'intermédiaire de jeux de rôles. Ils cerneront concrètement par l'analyse de leur image le mode de management auquel ils peuvent se rattacher (management autoritaire, participatif, etc.) et mesurer individuellement et collectivement les avantages et les perversités de chaque système. Les participants évalueront également toute la complexité d'être leader dans un groupe.

## 4) Le groupe de projet

A l'issue des 3 précédents modules, le recours à la vidéo apportera un dernier enrichissement. Les participants devront développer un projet (par exemple simuler une négociation avec un client ou un fournisseur, gérer un conflit au sein d'une équipe ou encore une réunion destinée à motiver la force de vente, etc.), ceci sous l'objectif de la caméra.

Ils seront beaucoup plus à l'aise dans ce type d'exercice ayant déjà pris leurs repères au sein du collectif. Ils devront patiemment déterminer les clés pour fédérer un groupe autour d'une mission précise et cerner les qualités à développer pour devenir en son sein un catalyseur de projet.

## Méthode pédagogique

De manière générale, la pédagogie sera interactive, fondée sur la découverte, l'utilisation d'outils de compréhension et sur la réalisation d'exercices pratiques; Elle s'appuiera sur des apports théoriques issus de diverses écoles (PNL (Programmation Neurolinguistique), Durkheim, Ecole de Palo Alto...) et sur des techniques d'animation et d'échanges.

En particulier les exercices seront individuels et en groupes selon une progression définie par l'animateur et intégreront des jeux de rôle et des débats sur séquences vidéo; Des fiches pédagogiques seront remises à l'issue de l'intervention.

## Bibliographie

« La dynamique des Groupes » : Que-sais-je ? - Jean Maisonneuve - Poche au PUF - 15<sup>e</sup> édition 2010 ; « La dynamique des Groupes » : Roger Mucchielli - ESF éditeur 19<sup>e</sup> édition 2008; « La dynamique des Groupes » : Jean-Marie Aubry - Editions de L'Homme 2005. « La conduite des réunions » : Roger Mucchielli - Collection Formation Permanente ESF éditeur 2011 ; « Guide pratique à la conduite de réunion » : Sylvie Lainé - Editions Demos 2010; « La conduite de réunion » : Dominique Gany - Collection Pocket Management Edi Pro 2009.

## Durée

2 jours

# Pilotage de soi et de son équipe

## Objectifs

L'objectif du programme est de donner à la fois un cadre conceptuel à l'activité managériale, ainsi que des outils et techniques pratiques susceptibles d'être appliqués immédiatement sur le terrain par ceux des participants qui ont une équipe à gérer. L'aller et le retour entre la théorie et la pratique sera permanent pendant la durée du module afin que les participants acquièrent réellement de nouvelles compétences et puissent en faire usage. La formation concilie une approche qui relie l'individu, la dynamique de son équipe et sa situation dans l'organisation. Le management est défini comme un métier qui opère selon deux axes : celui des hommes et celui de l'organisation mais aussi deux temps : le court terme et le moyen et long terme. Se définissent ainsi le management stratégique et le management opérationnel ou de proximité. Les étudiants DISTECH + seront ainsi amenés à traiter de leur situation de manager au regard de 3 grands thèmes :

- Le manager : prendre conscience de son style de manager dans le cadre de ses responsabilités. Rôles et activités.
- La gestion d'une équipe : 2 axes seront abordés. Le Team Management sous l'angle de la complémentarité pour une équipe performante à partir de son propre style de manager. La dynamique de l'équipe : les mécanismes de collaboration et coopération.
- La gestion des conflits : tout groupe génère ses conflits. Le conflit présente des aspects positifs et négatifs...

## Programme

### Thème 1 : « La gestion d'une équipe »

#### Objectifs

Permettre à l'étudiant DISTECH + la juste appréciation de la marge de manœuvre dont il dispose au sein de l'organisation pour rendre son équipe plus efficace, exploiter de façon constructive les complémentarités et mettre en œuvre une dynamique positive et mobilisante.

#### Contenus

##### Séquence 1 : « Le Team Management »

Le module permet de transformer les différences personnelles au profit de la complémentarité de l'équipe. Qui dit "travail d'équipe efficace" dit aussi utilisation optimale des qualités propres à chacun des membres de l'équipe. Cet objectif est réalisable à la condition que les membres de l'équipe utilisent leurs qualités et faiblesses de façon constructive et délibérée pour communiquer mais aussi résoudre les problèmes, élaborer des décisions ou organiser l'équipe.

##### Séquence 2 « La dynamique d'une équipe »

L'objectif de ce module est d'amener les participants à comprendre les stades de développement d'une équipe et les différentes modes de coopération entre ses membres. Les participants font l'expérience de différents exercices leur permettant de poser les bases de nouveaux modes de travail plus coopératifs. Le groupe sera amené à faire un travail de partage des représentations permettant de faire des apprentissages sur les points suivants : comment développer les résultats de son équipe, comment donner de l'énergie à ses collaborateurs, comment renforcer leur confiance en soi, comment développer leur compétence et comment déléguer.

### Thème 2 : « La gestion des conflits »

#### Objectifs

L'objectif global de ce module est d'apprendre aux participants à réguler et à résoudre les conflits au sein d'une équipe. Le travail vise le développement des aptitudes managériales suivantes :

- Accepter la présence des conflits pour mieux les surmonter.
- Comprendre le rôle du leader lors de conflits au sein de l'équipe.
- Développer un environnement propice à une saine gestion des conflits.
- Adopter un comportement approprié selon le type de conflit auquel on fait face.
- Améliorer sa crédibilité afin de bien gérer les conflits au quotidien.

#### Contenus

- Les fondamentaux des conflits : Sources du conflit ; Aspects constructifs et destructifs des conflits ; Types de conflits ; Réactions et stratégies face aux conflits ; Etapes du conflit
- La gestion des conflits : Attitudes, Divergences, Tensions, Blocages, Conflits ouverts

#### Méthode

- Exposés et exercices interactifs
- Études de cas tirées de l'expérience des participants

#### Durée

2 jours

# Gestion du changement

## Objectifs

- Appréhender l'ensemble de la problématique du changement et ce dans une perspective stratégique, au service de la performance organisationnelle
- (Re)découvrir autrement les méthodes et outils classiques « éprouvés »
- Découvrir des méthodes et outils d'analyse plus récents et « prometteurs » (organisation ambidextre, knowing management...)

## Contenu

### Jour 1

Problématique et typologies du changement  
Formule du changement réussi  
Résistances au changement

Remise d'une mini-étude de cas pour lecture et préparation intersession

### Jour 2

Conduite du changement  
Changement, structure et organisation  
Changement et apprentissage

Finalisation et remise de la mini étude de cas

## Méthode

Chaque jour est découpé en séquences 1h30-2h comprenant systématiquement :

- Echanges / expériences et questions des participants
- Rapide présentation des concepts fondamentaux
- Présentation des méthodes et outils classiques « éprouvés »
- Présentation des méthodes et outils récents « prometteurs »
- Exercice d'application (soit mini étude de cas, analyse doc ou video, jeux de rôles...)

L'évaluation est effectuée sur la base d'une mini étude de cas réalisée par des groupes de 4-5 étudiants max.

## Bibliographie

Meir et Schier (2013), Management du changement, Dunod  
Kotter (2013), Leading Change, Harvard Business Review Press

## Durée

2 jours

# Gestion d'une équipe de vente

**Les managers ont parfois des difficultés à mobiliser certains collaborateurs vers la réussite des objectifs de l'équipe et des tensions s'installent.**

## Objectifs

- A l'issue de cette «formation» les managers seront en mesure de :
- Mener un entretien d'embauche
  - Préparer un programme d'accueil dans leur entreprise pour un jeune embauché
  - D'organiser et mener des tournées d'accompagnement
  - De mener des entretiens de fixation d'objectif et d'évaluation.
  - D'identifier les styles de management
  - D'utiliser ces styles en fonctions des compétences et motivations de leurs collaborateurs et ce pour chaque tâche ou mission spécifique;
  - Comprendre les motivations des collaborateurs
  - Mener des entretiens de félicitations, recadrage, résolution de problème

## Le programme

### Etape de 2 jours

1. Le rôle du manager motivant
2. Les motivences
3. La motivation : Les sources de motivation de mes collaborateurs
4. La compétence : identifier les zones d'amélioration et se fixer des plans d'actions
5. Entretiens recrutement
6. Créer un programme d'accueil du jeune embauché
7. Mener des tournées d'accompagnement terrain mobilisante et de progression savoir débriefer un entretien de vente en s'appuyant sur la méthode de vente
8. Evaluer et fixer des objectifs

## Méthode

Inductive, participative  
Exercices, mises en situation

## Durée

2 jours

# Processus de **décision**

## Objectif

Ce module a pour objectif d'aider les étudiants à mieux comprendre leur processus de décision et à mettre en place un système décisionnel intégrant plus de rationalité et donc une meilleure maîtrise.

## Contenu

Nous prenons plus de 1000 décisions par jour et pourtant nous ne connaissons que très rarement le processus de décision qui nous amène à trancher. Nous allons disséquer au cours de ce module les différentes étapes à suivre pour maîtriser sa décision et pour éviter les biais cognitifs qui pourraient l'affecter. Une approche théorique des grands modèles sera menée en parallèle d'une situation réelle rencontrée en entreprise.

## Méthode

Une étude de cas sur une situation concrète servira de fil rouge à l'analyse du processus de décision. Les étudiants auront à prendre et à justifier une décision impliquant la gestion d'une équipe de vente et la stratégie de l'entreprise. Un travail sur une base de données sera demandé et un travail sur ordinateur (excel) sera à rendre.

Chaque étudiant aura à expliquer son cheminement décisionnel, à en mesurer les conséquences positives et négatives sur l'entreprise.

## Evaluation

Le rapport final sur la décision prise (groupe de 4 étudiants) représentera 50% de la note finale. La construction d'un arbre décisionnel individuel représentera les 50% restants.

## Références

Des films seront proposés aux étudiants lors du module. Des ouvrages sur le processus de décision seront proposés pour lecture ultérieure d'approfondissement.

## Durée

2 jours

# Processus de **communication**

## Objectifs

Le modèle Process Communication® apporte des outils opérationnels pour mieux comprendre l'autre et s'adapter à son fonctionnement pour entretenir une communication efficace.

## Contenu

### Introduction au modèle PCM

- Les principes qui régissent le modèle
- Historique de la PCM

### La notion de perception

- Les 3 « portes » de la communication de Paul Ware
- Les différentes perceptions selon Taibi Kahler

### Les 6 types de personnalités et leurs caractéristiques

#### La structure de personnalité

- L'immeuble de personnalité

### Les différents styles de management et les 6 types de personnalité

- Autocratique, bienveillant, laisser faire, démocratique
- Le management individualisé

### Les besoins psychologiques

- Besoins psychologiques et motivation
- Besoins psychologiques et types de personnalité
- Satisfaire les besoins psychologiques

### Stress et mécommunication

- Les 3 degrés de mécommunication
- La notion de driver
- Les mécanismes d'échec et les différents masques

## Les séquences de stress par type de personnalité

Chaque participant **reçoit son Inventaire de personnalité** et en exploite les résultats avec l'aide du consultant-formateur.

## Durée

1 jour

# MÉMOIRE

## Préparation à la soutenance du mémoire

A l'occasion des modules relatifs à la dynamique de groupe, de la conduite de réunions et de la prise de parole en public, les techniques de la présentation orale seront abordés tant sur un plan théorique que pratique. Il conviendra de se préparer très concrètement à la soutenance du mémoire par un coaching personnalisé des candidats et par un rappel et une mise en application des règles et des conseils qui régissent l'exposé oral.

### Contenu

#### Les clés pour réussir un exposé oral

##### 1. Se poser quelques questions

- À quel type de public s'adresse-t-on ?
- Quel est l'objectif du mémoire : susciter une action, présenter un nouveau produit, une nouvelle organisation, etc. ?
- Quelle est la durée de l'intervention ?

##### 2. Établir une structure narrative

- Inventorier et structurer les informations à transmettre.

##### 3. Accrocher et clôturer

- L'accroche doit introduire le sujet, en le résumant, en suscitant et en stimulant l'intérêt de l'auditoire.
- La chute boucle l'exposé en enrichissant le sujet ou élargit le sujet. Elle doit impérativement retenir l'attention de l'auditoire.

##### 4. Écrire pour l'oral

- Raccourcir les phrases (12 à 15 mots) ou les découper en plusieurs unités plus petites
- Préférer des constructions juxtaposées : la présence de mots-outils signale que l'information est trop concentrée pour l'oral.
- Utiliser la forme active.
- Préférer le verbe au substantif dérivé.
- Utiliser la forme positive et éviter les doubles négations.
- Chercher un langage oral, éviter les mots peu utilisés ou littéraires.
- Rassembler clairement les informations techniques et limiter les chiffres compliqués.

##### 5. Utiliser un support audiovisuel

Employés à bon escient, les moyens audiovisuels accroissent considérablement l'efficacité d'une communication orale. Du plus simple au plus sophistiqué, vous pouvez vous servir d'une large panoplie d'auxiliaires : texte écrit distribué, documentation illustrée, tableau traditionnel ou à rouleaux de papier, diapositives ou séquences vidéo, audio, PowerPoint, etc.

##### 6. La voix

- Poser sa voix (ni trop aiguë, ni trop grave) évite la fatigue.
- Moduler sa voix favorise le rythme, la puissance et l'intonation.
- Réguler le débit en soumettant le rythme de la parole à celui de la respiration et en effectuant des pauses.
- Le rythme doit organiser le sens du texte en soulignant les mots qui ont plus de valeur que d'autres.

##### 7. Le corps

- Le corps parle, il complète l'information énoncée, amplifie une émotion, une expression (privilégier les attitudes d'ouverture).
- Le corps par sa mobilité exprime celle de la pensée, renforce le sens de ce qui est dit, le souligne, le met en valeur.

##### 8. Le regard

- Le regard est un lien, un moyen de communication. Si on regarde son auditoire, on parle avec plus de force, de persuasion, que si on reste le nez dans ses papiers. De plus on perçoit mieux la nécessité d'un réajustement.

##### 9. Les gestes

- Les gestes accompagnent la parole, renforcent son sens ou l'illustrent et contribuent ainsi à l'efficacité du message.
- L'excès de gestes autocentrés (parasites) peut distraire votre auditoire, dans la mesure de vos possibilités, il convient de les remplacer par des gestes fonctionnels ou relationnels.

### Durée

1 jour



# Notes d'information sur la rédaction et la soutenance du mémoire

## Le mémoire

### 1. Le rôle du mémoire.

Le mémoire doit répondre à une préoccupation de l'entreprise. L'entreprise doit pouvoir utiliser effectivement les données constitutives de la réflexion de l'étudiant.

Le mémoire permet de témoigner d'une expérience et de la faire partager.

Il est un exercice complet de rédaction car il demande clarté et organisation, et est également un exercice d'expression orale au moment de la soutenance.

Le mémoire permet de s'assurer :

- de l'aptitude du rédacteur d'aborder et de se documenter sur un sujet neuf,
- de la capacité à apprendre à travailler seul,
- de la faculté de pouvoir communiquer par écrit et oralement le fruit de son travail et de ses réflexions,
- de la manière dont l'étudiant a assumé ses responsabilités.

### 2. Le fond du mémoire

Le mémoire doit au minimum contenir les éléments suivants :

- la présentation rapide de l'entreprise,
- la position du problème : présentation du sujet et intérêt du sujet,
- son analyse conceptuelle, théorique et pratique basée sur une recherche bibliographique,
- la formulation des hypothèses ou l'exposition de la démarche suivie pour résoudre le problème,
- les travaux réalisés pour l'entreprise et les résultats obtenus,
- les conclusions opérationnelles ou théoriques (ou recommandations),
- une bibliographie et une table des matières.

Soignez votre présentation : la perception initiale, favorable ou défavorable, met le lecteur dans une disposition d'esprit réceptive ou non.

Évitez les introductions banales et longues. L'introduction ne doit comporter que les éléments nécessaires à la compréhension et à la situation de votre travail.

Votre conclusion ne sera pas un simple résumé du mémoire : elle pourra comporter des propositions stratégiques concrètes, des cadrages nouveaux du problème traité, des suggestions, des éléments d'anticipation ou de simulations, etc.

### 3. La forme du mémoire

Voici quelques règles à respecter pour la présentation formelle de votre mémoire :

La présentation de votre mémoire doit être standardisée avec rigueur. Par ailleurs, votre mémoire doit être structuré, guidez donc vos lecteurs à travers cette

structure en adoptant des règles précises :

- l'annonce de l'introduction, de chacune des parties de votre mémoire et de la conclusion générale se matérialisent par une page entière, avec le titre en capitales, souligné, centré au milieu de la page,
- chaque chapitre doit commencer au début d'une nouvelle page. Il est matérialisé par un titre en capitales, souligné, centré en haut de la page,
- chaque chapitre doit être matérialisé par un saut de lignes constant.

Différents modes de présentation peuvent être envisagés. Le choix de l'un d'entre eux doit être motivé par mémoire au contenu de votre travail. Quelle que soit la présentation retenue, vérifiez que celle-ci soit homogène pour l'ensemble de votre mémoire.

Voici quelques conseils :

- Les notes de bas de page : les notes de bas de page sont enregistrées avec une numérotation. Cette numérotation peut se faire par page, par chapitre ou pour l'ensemble du mémoire. Les notes doivent être brèves, elles ont pour fonction soit de préciser un élément, soit de présenter des commentaires qui alourdiraient le texte.
- Les citations : elles doivent être exactes. Les références doivent être précisées avec soin.
- La référence en « bas de page » : celle-ci comporte nécessairement l'initiale du prénom, le nom en majuscules, le titre, l'éditeur ou les références de la revue, l'indication de la page citée.
- La référence en « corps de texte » : dans ce cas, on ne cite que le nom de l'auteur en capitales, la date, et le numéro de page. Les références précises sont mentionnées dans la bibliographie.
- La bibliographie : vous devez citer exhaustivement les différentes sources auxquelles vous avez eu recours. La bibliographie doit être exploitable : pour cela, il est conseillé d'utiliser un classement alphabétique des auteurs. Une référence bibliographique comporte des mentions obligatoires :
  - Pour un ouvrage : Nom + Prénom + année de publication + Titre de l'ouvrage + Éditeur + lieu de publication,
  - Pour un article : « Nom + Prénom + année de publication + Titre de l'ouvrage + Titre exact de l'article » + Nom du périodique + n° du volume et de la livraison + Éditeur + pages de début et de fin d'article.
- Les tableaux, les schémas et les graphiques : les tableaux et graphiques sont présentés avec un titre, un numéro (en chiffre romain), les unités, une légende et la mention de la source. Pour les graphiques, ne pas oublier de préciser les « principes de lecture » par exemple les abscisses et les ordonnées dans le cas d'un graphique cartésien. Les schémas et les cartes

sont identifiés par un titre et la mention des sources.

- Les annexes : les documents présentant un intérêt certain pour votre étude mais non indispensables à la compréhension de votre texte, sont regroupés dans le cadre des annexes, si ceux-ci sont d'un volume trop important pour figurer dans le cadre des notes de bas de pages. L'ensemble des annexes figure dans une table des annexes.
- La table des matières : c'est un instrument de travail pour les lecteurs. A ce titre, elle doit être réalisée avec soin. Ses principales caractéristiques sont la clarté, l'homogénéité et l'exhaustivité. Elle est paginée. Vous devez vérifier la parfaite correspondance entre cette pagination et la pagination de votre mémoire.

Votre mémoire doit impérativement :

- Être composé de 30 à 40 pages hors annexes
- Comporter une première page sur laquelle figure : le titre de votre mémoire, votre nom et votre prénom.

Votre mémoire sera dactylographié et relié.

Il devra respecter un certain nombre de normes : format 21 x 29,7 (A4), des marges plus importantes à gauche qu'à droite (ex. : 3 cm côté reliure, 2 cm de l'autre côté)...

Vous devez avoir le souci de la qualité du travail présenté à vos lecteurs :

- évitez les reliures contraignantes (marges et doubles pages, graphiques, illustrations, photocopies de documents insérés),
- soignez l'orthographe et la ponctuation (correcteur orthographique),
- dans la mesure du possible n'utilisez qu'une seule face,
- utilisez plutôt un interligne et demi (33-35 lignes par page) et un caractère de type Arial ou Palatino etc. (12 points),
- aérez votre travail.

### 4. La notation du mémoire

#### a) La notation du mémoire écrit

Le mémoire écrit doit parvenir aux membres du jury au minimum 20 jours avant la date de la soutenance. Si vous adressez votre mémoire par courrier, tenez compte du délai d'acheminement de la poste.

Le mémoire écrit est évalué :

- sur sa forme : structuration, qualité de la langue, annexes et bibliographie,
- sur le fond : qualité de l'analyse, qualité de la synthèse, capacité à une démarche critique et maîtrise des techniques de gestion (le cas échéant).

#### b) La notation de la soutenance

Le mémoire donne lieu à une soutenance orale.

Elle se déroule devant un jury composé de Professeurs de l'Université Lorraine et de professionnels. L'exposé oral est destiné à faire une synthèse du mémoire, à développer une activité qui n'a pu apparaître dans le mémoire écrit, à faire des prospectives et à permettre au jury d'approfondir certains points qui paraissent intéressants.

C'est à ce moment que vous pourrez valoriser vos qualités d'orateur et d'animateur, en conséquence :

- présentez votre exposé avec un plan précis,
- préparez les moyens visuels bien avant l'installation du jury dans la salle,
- n'oubliez pas de situer rapidement le déroulement de votre stage,
- soyez actif et vif, original, mais toujours avec le souci du bon ton et de l'élégance,
- surveillez votre rythme, votre langage, le timbre de votre voix,
- ouvrez de nouvelles perspectives...

Une soutenance se règle comme une petite pièce de théâtre.

Il faut la préparer, voire la répéter et apprendre à gérer votre temps de parole (en général 25 minutes maxi pour le seul exposé). Vous ne devez pas dépasser le temps qui vous est imparti : il faut donc procéder à des choix.

LE MÉMOIRE DE STAGE  
EST À REMETTRE AU  
BUREAU DISTECH EN  
2 EXEMPLAIRES  
POUR LE VENDREDI  
26 AVRIL 2019  
et envoyer au format Word à  
jacky.koehl@univ-lorraine.fr

## MODALITÉS D'EXAMEN

# Règlement d'examens du diplôme universitaire Distech Management

Responsable de commerce de gros et de boissons

### Conditions d'obtention du diplôme

La délivrance du diplôme est soumise à quatre conditions :

1. La présence obligatoire des stagiaires est requise pour tous les modules (contrôle journalier sur liste de présence et émargement des stagiaires).
2. Un cas de synthèse portant sur les aspects stratégiques, financiers, commerciaux et logistique de la gestion d'une entreprise.
3. Les QCM (contrôle continu) portant sur l'ensemble des matières étudié en cours.
4. La soutenance du mémoire
  - Ce mémoire est remis au correcteur un mois avant la fin des cours, et fait l'objet d'une soutenance à la fin de la dernière semaine.
  - Ce mémoire, d'une quarantaine de pages au minimum, fait la synthèse de l'ensemble des matières enseignées et traite d'un sujet touchant à la stratégie d'entreprise.
  - L'évaluation porte sur les points suivants :
    - a) Note du mémoire de stage sur 20
      - la forme (1/3 de la note)
      - le fonds (2/3 de la note) : pertinence du sujet et des recommandations émises
    - b) Note de soutenance orale sur 20
      - le fond sur 2,5
      - la forme sur 2,5
      - la capacité synthèse sur 5
      - pertinence analyse des propositions d'actions sur 10

Note du mémoire final = (a + b) / 2

### Composition du jury

Le Jury est obligatoirement présidé par un Universitaire.

- Chaque jury est composé d'un minimum de 3 personnes, avec obligatoirement un universitaire.

### Soutenance

Chaque candidat disposera d'une ½ heure pour soutenir son mémoire.

### Obtention du diplôme

L'étudiant doit avoir satisfait à la première condition et obtenir une moyenne pondérée de 10/20.

Cas de synthèse représenté :	20%
QCM et étude de cas :	30%
Le mémoire :	50%

- La note minimale pour obtenir le diplôme est de 10/20.

## INFORMATIONS PRATIQUES

### Organisation générale

#### Les BU & salles de travail

En tant qu'étudiant de l'Université de Lorraine, vous avez accès à toutes les bibliothèques universitaires (BU) et à quelques salles de travail gérées par le Service commun de documentation (SCD).

Il existe 1 bibliothèque universitaire par campus à l'Université de Lorraine. Si elles ont toutes des collections diversifiées, elles sont toutes relativement spécialisées dans différentes disciplines ; or, la formation DISTECH étant pluridisciplinaire, ces BU vous intéressent toutes :

- La BU située 11 place Carnot, plus spécialement pour les disciplines juridiques et économiques.
- La BU située au Campus Lettres et Sciences Humaines, plus spécialisée dans les sciences humaines et sociales (dont, pour vous, la sociologie, la communication...).
- La BU située au Campus Artem, spécialisée en gestion (ouverte, elle, jusque 21h30...).

Les catalogues de toutes ces bibliothèques universitaires sont accessibles en ligne depuis votre Espace numérique de travail (ENT), à l'onglet documentation ou directement à l'adresse <http://scd.univ-lorraine.fr/#focus>.

Vous avez également accès en ligne au catalogue du Sudoc. Il vous permet d'effectuer des recherches bibliographiques sur les collections des bibliothèques universitaires françaises et autres établissements de l'enseignement supérieur, ainsi que sur les collections de périodiques d'environ 2400 autres centres documentaires (cf. <http://www.sudoc.abes.fr/>).

#### Les salles informatiques

Au sein de l'ISAM, les étudiants ont à leur disposition deux salles informatiques.

Lorsqu'un cours spécifique n'y est pas programmé, chaque étudiant peut librement y accéder.

Dès votre inscription administrative, vous aurez droit à un compte informatique (adresse pour courrier électronique avec login et mot de passe fourni par les informaticiens. Ces identifiants (login et mot de passe) vous donnent accès à votre ENT (espace numérique de travail). Voir le lien suivant :

<http://cri.univ-lorraine.fr>

**Attention :** la mise à disposition des postes informatiques n'est pas faite pour vous permettre de surfer, bloguer ou chatter sur des sujets qui n'ont rien à voir avec vos études.

#### Lieux de cours Distech

Les cours sont dans la grande majorité dispensés dans les locaux de l'ISAM-IAE, 13 rue Michel Ney à Nancy.

## Lieu de formation

IAE NANCY School of Management  
Campus Artem  
90 rue du Sergent Blandan  
54000 NANCY

## Hébergement

HÔTEL CAMPANILE  
12 rue de Serre  
54000 NANCY  
Tél.: 03 57 29 10 07  
Email : nancy-centregare@campanile.fr  
Site internet : <http://www.campanile.com/fr/hotels/campanile-nancy-centre-gare>

Venant de Paris par l'A5, Metz, Dijon par l'A31 (E21) ou Strasbourg par l'A33 (E23), prendre la sortie Nancy Centre, puis la direction de la Gare SNCF.

## La vie à Nancy

Avec le TGV Est, Nancy est à 1h30 de Paris, 2h20, de Lille, 3h30 de la Bretagne. Nancy est une ville étudiante jeune et dynamique. Il fait bon de se retrouver dans l'une des nombreuses brasseries du centre historique de la ville, à proximité de la prestigieuse place Stanislas.

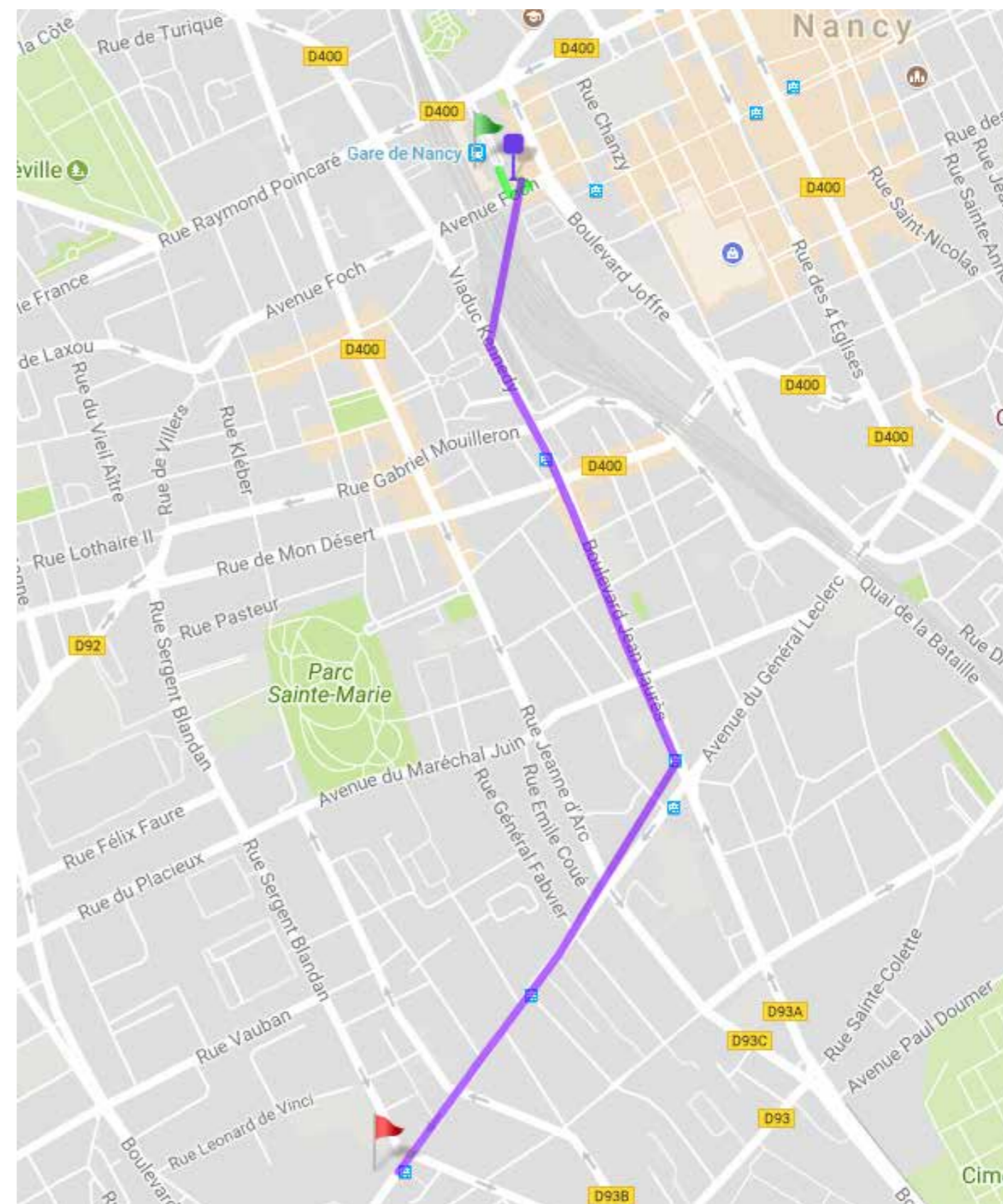
## Contact

### FORMATION DE LA DISTRIBUTION – DISTECH (bureau 205)

Isabelle KOHR  
Campus Artem  
90 rue du Sergent Blandan  
54000 NANCY  
Tél.: 03 72 74 16 55  
Mobile : 06 74 96 01 78  
E-mail : [isabelle.kohr@univ-lorraine.fr](mailto:isabelle.kohr@univ-lorraine.fr)  
[www.distech.fr](http://www.distech.fr)



Plan d'accès Hôtel à Distech (15 min. en tram)





.....  
.....  
.....

**DISTECH MANAGEMENT**  
**RESPONSABLE DE COMMERCE**  
**DE GROS DES BOISSONS**

Campus Artem  
90 rue du Sergent Blandan  
54037 NANCY CEDEX  
E-mail : [isabelle.kohr@univ-lorraine.fr](mailto:isabelle.kohr@univ-lorraine.fr)  
Tél. : 03 72 74 16 55

[www.distech.fr](http://www.distech.fr)