

Convention de formation par apprentissage
ANNEXE 1
BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION
Contenu détaillé de la formation et des compétences acquises

Objectif de la formation.

Le Bachelor Universitaire de Technologie **Techniques de Commercialisation** forme de futurs cadres intermédiaires capables d'intervenir dans toutes les étapes de la commercialisation d'un bien ou d'un service : de l'étude de marché à la vente en passant par la stratégie marketing, la communication commerciale, la négociation et la relation client. Le titulaire du Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation est polyvalent, autonome et évolutif. Il peut exercer des fonctions d'animation et d'encadrement. Il sera le collaborateur direct des animateurs et chefs de services commerciaux. Son champ d'action s'étendra aux organisations publiques et privées de tous secteurs d'activité (industrie, commerce, services, etc.) et de façon plus générale à toutes les activités mettant en œuvre les techniques de la mercatique.

La formation offre au titulaire du B.U.T. TC de véritables atouts pour s'insérer rapidement sur le marché du travail. Elle permet aussi aux diplômés une éventuelle poursuite d'études en vue d'obtenir un Master.

Professionnellement, les titulaires du B.U.T TC participent à l'élaboration des différentes politiques mercatique et les mettent en œuvre sur le marché. Une importance particulière est donc accordée aux questions qui concernent la communication (expression écrite et orale, relations dans l'entreprise, langues étrangères, ...).

Le BUT TC propose 5 parcours (ouverts en 2^e année de formation) :

- Marketing Digital

Le parcours marketing digital, e-business et entrepreneuriat vise à former aux activités commerciales digitales en développant des compétences dans le pilotage et la gestion de ces activités d'une part, et dans le développement de projet commercial digital pouvant mener à la création d'une start-up d'autre part. Les diplômés exerceront les métiers du marketing digital, du e-business au sein de tout type d'organisation et les métiers de l'entrepreneuriat.

- Business International

Le parcours business international : achat et vente a pour objectif de former au marketing et au commerce à l'international en développant des compétences stratégiques et opérationnelles dans un contexte international. A l'issue du parcours, les diplômés pourront occuper des postes dans les métiers du commerce international, quelle que soit l'organisation qu'ils intégreront.

- Retail, Management du point de vente

En axant la formation sur les deux dimensions majeures du management du point de vente, la fonction d'animation d'équipe d'une part, et de pilotage de l'espace de vente d'autre part, le parcours marketing et management du point de vente vise à former à la gestion de l'espace de vente. Les diplômés pourront prétendre aux métiers de la distribution dans tout type de point de vente.

- Business Development

Le parcours business développement et management de la relation client vise à former au développement de l'activité commerciale tout en veillant à la satisfaction client pour bâtir une relation durable. Les diplômés contribueront au développement d'affaires et au management de la relation client dans tout type d'organisation.

- Stratégie de marque et événementiel

Les diplômés ayant suivi le parcours stratégie de marque et événementiel exerceront les métiers du management de la marque et de l'événementiel dans tout type d'organisation. Ils contribueront au rayonnement de la marque, à sa valorisation, et apporteront leurs compétences dans le pilotage et la réalisation des projets événementiels.

Convention de formation par apprentissage
ANNEXE 1
BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION
Contenu détaillé de la formation et des compétences acquises

Compétences acquises.

La formation vise l'acquisition des connaissances et compétences nécessaires à l'exercice des fonctions professionnelles, tout en intégrant les éléments permettant de maîtriser les futures évolutions de ces fonctions.

La formation concourt à l'épanouissement personnel, au développement du sens des responsabilités et à l'apprentissage du travail individuel et en équipe.

Conditions d'accès.

La formation s'adresse aux titulaires de :

- Baccalauréats généraux (ES, L, S)
- Baccalauréat Technologique STMG, sans écarter les autres spécialités
- Baccalauréats professionnels ou d'un titre équivalent
- Etudiants du supérieur souhaitant se réorienter

Programme de formation

Le diplôme de B.U.T. Techniques de Commercialisation, quand il est préparé en alternance, s'appuie sur le même référentiel de compétences et sur le même référentiel de formation avec un principe de réduction du volume horaire global (heures de formation et heures de projet).

La formation se déroule sur 6 semestres avec un prévisionnel horaire de 1 800 heures (ressources pédagogiques et SaE) sur les trois années de formation. A cela peut s'ajouter des heures de projet, à hauteur de 600 heures maximum pour l'ensemble des trois années, pour un total prévisionnel de 2 400 heures.

Nombre prévisionnel d'heures d'enseignement (ressources + SaE) par année :

- 1^{er} année 750 heures.
- 2^e année 580 heures.
- 3^e année 470 heures.

Heures prévisionnel de projet maximum par année :

- 1^{er} année 150 heures.
- 2^e année 200 heures.
- 3^e année 250 heures.

Maquettes première et deuxième années de BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION.

*Le diplôme est organisé en bloc de compétence. Une **compétence** est un « **savoir-agir complexe**, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en œuvre la compétence.*

Les différents blocs de compétence :

Tronc commun 1^{er} année : Marketing – Vente – Communication commerciale

Selon les parcours choisis pour la 2^e année : Stratégie à l'international, opérations à l'international, Marketing digital, E-Business, Management, Retail Marketing, relation client.

Convention de formation par apprentissage
ANNEXE 1
BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION
Contenu détaillé de la formation et des compétences acquises

Maquette BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION 1er année

1er SEMESTRE Ressources	2e SEMESTRE Ressources
Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur	Marketing mix - 1
Fondamentaux de la vente	Prospection et négociation
Fondamentaux de la communication commerciale	Moyens de la communication commerciale
Etude marketing - 1	Etudes marketing - 2
Environnement économique de l'entreprise	Relations contractuelles commerciales
Environnement juridique de l'entreprise	Techniques quantitatives et représentations - 2
Techniques quantitatives et représentations - 1	Coûts, marges et prix d'une offre simple
Elements financiers de l'entreprise	Canaux de commercialisation et de distribution
Role et organisation de l'entreprise sur son marché	Psychologie sociale
Initiation à la conduite de projet	Gestion et conduite de projet
Langue A Anglais du commerce - 1	Langue A Anglais du commerce - 2
Langue B du commerce - 1 (Non dispensé en apprentissage)	Langue B du commerce - 2
Ressources et culture numérique - 1	Ressources et culture numérique - 2
Expression, communication et culture - 1	Expression, communication et culture - 2
PPP - 1	PPP - 1
Portfolio	Portfolio
SAE	SAE
Communication commerciale : création d'un support "print"	Communication commerciale: élaboration d'un plan de communication
Marketing : positionnement d'une offre simple sur un marché	Marketing: marketing mix
Vente : démarche de prospection	Vente : initiation au jeu de role de négociation
	Conception d'un projet en déployant les techniques de commercialisation

Maquette BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION 2 année

3e SEMESTRE Ressources	4e SEMESTRE Ressources
Pilotage d'un projet en déployant les techniques de commercialisation	Evaluation de la performance du projet en déployant les techniques de commercialisation
Portfolio	Pilotage commercial d'une organisation
Marketing Mix - 2	Portfolio
Entretien de vente	Stratégie marketing
Principe de la communication digitale	Négociation : role du vendeur et de l'acheteur
Etudes marketing - 3	Conception d'une campagne de communication
Environnement économique international	Droit du travail
Droit des activités commerciales - 1	Anglais appliqué au commerce - 4
Techniques quantitatives et représentations - 3	LV B appliqué au commerce - 4
Tableau de bord commercial	Expression, communication, culture - 4
Psychologie sociale du travail	PPP - 4
Anglais appliqué au commerce - 3	
LV B appliqué au commerce - 3	Relations publiques et relation presse
Ressources et culture numériques - 3	Organisation et logistique - 1
Expression, communication, culture - 3	Gestion commerciale - 1
PPP - 3	Marchandising
Marketing de l'événementiel - 1	Management des équipes - 1
Fondamentaux de la communication de marque	GRC
Management de la performance du point de vente	Conduite de projet digital
Marketing du point de vente	Stratégie e-commerce
Stratégie de marketing digital	Business model
Créativité et innovation	Stratégie achats
Stratégie et veille à l'international	Techniques du commercial international - 1
Marketing et vente à l'international	Management interculturel
Marketing B TO B	Fondamentaux du management de l'équipe commerciale
Fondamentaux de la relation client	Relation client omnicanal
SAE	SAE
SAE-Démarche de création d'entreprise dans l'événementiel ou la communication	SAE-Organisation d'un événement comme outil de branding
SAE-Création d'un événement comme outil de branding	
SAE-Démarche d'ouverture d'un point de vente	SAE-Propositions d'amélioration du fonctionnement du point de vente et du management de l'équipe
SAE-Analyse d'un point de vente ou d'un rayon dans son environnement	
SAE-Démarche de création d'entreprise en contexte digital	SAE-Création de site web
SAE-Analyse d'une activité digitale	
SAE-Démarche de création d'entreprise à l'international	SAE-Développement de l'offre à l'international
SAE-Etude et sélection des marchés à l'étranger pour déployer l'offre	
SAE-Démarche de création ou de reprise d'entreprise	
SAE- Développement d'une expertise commerciale basée sur le diagnostic de la stratégie client d'un secteur	SAE-Elaboration d'un plan d'actions commercial et relationnel

Spécifique au parcours Stratégie de marque et Evenementiel

Spécifique au parcours Marketing et management du point de vente

Spécifique au parcours Marketin digital

Spécifique au parcours Business international

Spécifique au parcours Business Developpement et management de la relation client

**Attestation
en complément de l'article 2 de la convention.**

Intitulé de la formation : BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Code diplôme : 25131204 / 25131203 / 25131205 / 25131202 / 25131206 – Selon parcours

Adresse du lieu de la réalisation de la formation :

IUT Site de Roubaix – 53 rue de l'Alma 59100 ROUBAIX

Les locaux du lieu de la réalisation de la formation	Les locaux respectent les conditions obligations d'hygiène, de sécurité et de lutte contre les incendies en référence aux articles R123-1 à R123-55 du code de la construction et de l'habitation. Les comptes rendus des visites sont disponibles sur demande.
Modalités de déroulement	<u>Description du Rythme d'alternance.</u> Un rythme d'alternance hebdomadaire. En moyenne, deux jours par semaine en formation à l'IUT (16h de cours/semaine). Cf. Calendrier rythme de l'alternance. <u>Modalités</u> : les cours seront prestés prioritairement en présentiel, sur site. <u>Pédagogie innovante</u> : Travaux collaboratifs dans le cadre des différents cours et travaux pratiques de mise en situation professionnelle. <u>Projets spécifiques</u> : • <u>Les SaE</u> (Situations d'apprentissage et d'évaluation) se basant sur des problématiques que l'on retrouve en milieu professionnel, implique une démarche de réflexion et de démonstration portée par l'étudiant lui-même. • <u>La démarche Portfolio</u> est un point de connexion entre le monde universitaire et le monde socio-économique. Le portfolio laisse la possibilité à l'étudiant d'engager une démarche de démonstration, de progression, d'évaluation et de valorisation des compétences qu'il acquiert au cours de son cursus. <u>Outils permettant de mettre en ligne les ressources pédagogiques mises à disposition des bénéficiaires</u> : Plateforme Moodle
Moyens techniques et matériels	Un centre de ressources sur le site de formation, des espaces collaboratifs de travail accessibles aux apprentis, salles de cours équipées, salles de cours équipées de matériels numériques favorisant les pédagogies innovantes (vidéoprojecteur, vidéoprojecteur interactif, tableau blanc ...), salles informatiques avec licences et logiciels adaptés au parcours de formation de l'apprenti, salles d'auditorium et support de formation en adéquation avec le contenu de formation. Un Restauration sur le site de formation.
Moyens humains	Au sein du Pôle Alternance : 1 Directeur 1 secrétariat administrato-pédagogique 11 intervenants professionnels et 18 enseignants et enseignants chercheurs.
Rencontres tuteur/maître d'apprentissage	Une réunion de rentrée réunissant l'équipe administrato-pédagogique du Pôle Alternance et Professionnalisation, les maîtres d'apprentissage et les apprentis. Au minimum, 2 entretiens par année entre le maître d'apprentissage, le tuteur IUT et l'apprenti.
Obtention du diplôme ou du titre	Evaluation en contrôle continu soutenance de projet de période de professionnalisation. Cf. Plan de formation.

Fait à : Roubaix

Le : lundi 13 juin 2022

Larbi AIT HENNANI

Responsable du Pôle Alternance et Professionnalisation

