

- Mention : BUT Techniques de commercialisation
- Parcours : BUT Techniques de commercialisation (TC)
- UFR - Composante de rattachement : IUT Marne-La-Vallée

CONTENU PEDAGOGIQUE (1920h sur 3 années)

1ère année (777h)

Tronc commun :

UE 1 Marketing

UE 2 Vente

UE 3 Communication commerciale

Programme :

Semestre 1 :

SAÉ Marketing

SAÉ Communication Commerciale

SAÉ Vente

Fondamentaux de la communication commerciale

Ressources et culture numériques

Environnement juridique de l'entreprise

Expression, communication et culture

Anglais du commerce

Espagnol du commerce

Fondamentaux de la vente

Techniques quantitatives et représentations

Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur

Études Marketing

Environnement économique de l'entreprise

Rôle et organisation de l'entreprise sur son marché

Initiation à la conduite de projet

Éléments financiers de l'entreprise

Projet Personnel et Professionnel

Portfolio

Semestre 2 :

SAÉ Marketing
SAÉ Communication Commerciale
SAÉ Vente
SAÉ Projet Transversal
Moyens de la communication commerciale
Gestion et conduite de projet
Expression, communication et culture
Ressources et culture numériques
Anglais du commerce
Espagnol du commerce
Prospection et négociation
Marketing mix
Connaissance des canaux de commercialisation et distribution
Études marketing
Techniques quantitatives et représentations
Psychologie sociale
Projet Personnel et Professionnel
Portfolio

2e année (693h)

Tronc commun :

UE 1 Marketing

UE 2 Vente

UE 3 Communication commerciale

Spécialités (au choix) :

UE 4 Marketing et management du Point de Vente :

UE 5 Marketing digital, e-business et entrepreneuriat :

UE 6 Business international : achat et vente

UE 7 Business développement et management de la relation client

Programme du tronc commun :

Semestre 3 :

SAE Pilotage d'un projet en déployant les techniques de commercialisation
Marketing Mix
Entretien de vente
Principes de la communication digitale
Études marketing
Environnement économique international
Droit des activités commerciales
Techniques quantitatives et représentations
Tableau de bord commercial
Psychologie sociale du travail
Anglais appliqué au commerce
Espagnol appliquée au commerce
Ressources et culture numériques
Expression, communication, culture
Projet Personnel et Professionnel
Management de la performance du point de vente

Marketing du point de vente
Portfolio

Semestre 4 :

SAE Évaluation de la performance du projet en déployant les techniques de commercialisation
SAE Pilotage commercial d'une organisation
Stratégie marketing
Négociation : rôle du vendeur et de l'acheteur
Conception d'une campagne de communication
Droit du travail
Anglais appliqué au commerce
Espagnol appliquée au commerce
Expression, communication, culture
Projet Personnel et Professionnel
Portfolio

Programme de spécialités :

Semestre 3

Marketing et management du Point de Vente

SAE Démarche d'ouverture d'un point de vente
SAE Analyse d'un point de vente ou d'un rayon dans son environnement concurrentiel
Management de la performance du point de vente
Marketing du point de vente

Marketing digital, e-business et entrepreneuriat

SAE Démarche de création d'entreprise en contexte digital
SAE Analyse d'une activité digitale
Stratégie de marketing digital
Créativité et innovation

Business international : achat et vente

SAE Démarche de création d'entreprise à l'international
SAE Etude et sélection des marchés à l'étranger pour déployer l'offre
Stratégie et veille à l'international
Marketing et vente à l'international

Business développement et management de la relation client

SAE Démarche de création ou de reprise
SAE Développement d'une expertise commerciale basée sur le diagnostic de la stratégie client d'un secteur
Marketing B2B
Fondamentaux de la relation client

Semestre 4

Marketing et management du Point de Vente :

SAE Propositions d'amélioration du fonctionnement du point de vente et du management de l'équipe
Merchandising
Management des équipes
GRC

Marketing digital, e-business et entrepreneuriat :

SAE Création de site web
Conduite de projet digital
Stratégie e-commerce
Business model

Business international : achat et vente

SAE Développement de l'offre à l'international

Stratégie achats
Techniques du commerce international
Management interculturel
Business développement et management de la relation client
SAE Élaboration d'un plan d'actions commercial et relationnel
Fondamentaux du management de l'équipe commerciale
Relation client omnicanal

3ème année (450h)

Tronc commun :

UE 1 Marketing

UE 2 Vente

UE 3 Communication commerciale

Spécialités (au choix) :

UE 4 Marketing et management du Point de Vente :

UE 5 Marketing digital, e-business et entrepreneuriat :

UE 6 Business international : achat et vente

UE 7 Business développement et management de la relation client

Programme du tronc commun :

Semestre 5 :

Stratégie d'entreprise
Négociateur dans des contextes spécifiques
Financement et régulation de l'économie
Droit des activités commerciales
Analyse financière
Anglais appliqué au commerce
Espagnol appliqué au commerce
Expression, communication, culture
Projet Personnel et Professionnel
Portfolio

Semestre 6 :

Stratégie d'entreprise
Négociateur dans des contextes spécifiques

Programme de spécialités :

Semestre 5

Marketing et management du Point de Vente :

SAE Approche omnicanale du point de vente
Ressources et culture numériques appliquées au marketing et management du point de vente
Parcours expérience client
Management d'équipe
Supply chain
Droit de la distribution
Trade marketing

Marketing digital, e-business et entrepreneuriat :

SAÉ Développement d'un projet digital
Ressources et culture numériques appliquées au marketing digital, à l'e-business et à l'entrepreneuriat
Management de la créativité et de l'innovation
Référencement
Stratégie social media et e-CRM
Business model
Stratégie de contenu et rédaction web
Logistique et supply chain

Business international : achat et vente

SAÉ Conduite d'une mission import ou export pour une entreprise
Ressources et culture numériques appliquées au business international achat et vente
Approvisionnements
Techniques du commerce international
Droit international
Logistique et supply chain
Marketing achat

Business développement et management de la relation client

SAÉ Mise en œuvre et pilotage de la stratégie client d'une entreprise
Ressources et culture numériques appliquées au business développement et au management de la relation client
Développement des pratiques managériales
Management de la valeur client
Marketing des services
Pilotage de l'équipe commerciale

Semestre 6

Marketing et management du Point de Vente :

Droit du travail et relations sociales dans l'entreprise
Prise de décision-pilotage

Marketing digital, e-business et entrepreneuriat :

Trafic management - analyse d'audience
Formalisation et sécurisation d'un business model

Business international : achat et vente

Anglais appliqué au business international
Espagnol appliqué au commerce international

Business développement et management de la relation client

Management des comptes-clés (KAM)
Nouveaux comportements des clients

Méthodes pédagogiques utilisées

- Méthodes actives et participatives
- Travail collaboratif en sous-groupes
- Alternance entre théorie et pratique
- Lien systématique entre les notions développées en cours et l'expérience professionnelle des apprentis
- Travail en autonomie
- Travail sur des cas concrets issus de situations professionnelles

Les plus du CFA

- Encadrement de proximité des apprentis
- Des intervenants venant du monde de l'entreprise
- Cours de soutien à la demande
- Passerelle de préparation 1 an avant le début de la formation possible
- Plateforme e-learning pour l'orthographe (Projet Voltaire) et certification au CFA Descartes
- Accompagnement professionnel par un référent pour la réalisation du Portfolio
- Journée d'intégration et travail sur le développement personnel (théâtre, danse...)
- Formation à l'utilisation de la bibliothèque universitaire
- Valorisation des compétences acquises via des Open Badges
- Accompagnement dans la recherche d'entreprise

Modalités d'évaluation / contrôle des connaissances

- Contrôle continu (CC et partiels de fin de module) + examen terminal (examen de fin de semestre en mars et juin)
- Portfolio individuel basé sur l'autoévaluation des apprentis
- Évaluation collectives des travaux de groupe réalisés dans le cadre des Situation d'Apprentissage et d'Évaluation (SAÉ)
- Plateforme de « Studéa » entre le référent pédagogique, l'apprenti et le tuteur en entreprise + visite en entreprise

Modalités de financement de la formation

- La formation est entièrement gratuite pour l'apprenti.

La formation est financée par les OPCO (opérateurs de compétences) et éventuellement avec un complément de l'entreprise.

Par contre, les apprentis* doivent à la rentrée, s'acquitter de la CVEC (Contribution Vie Étudiante et de Campus) pour pouvoir s'inscrire administrativement à l'université. Le montant de cet acquittement s'élève à 91 euros (rentrée 19-20). Il est obligatoire et permet ainsi de consolider et renforcer les différents services mis en place pour les étudiants et les apprentis (logements, associations sportives, services de santé, accompagnement social...).

Pour en savoir plus, site [CVEC ETUDIANT GOUV.](http://www.cvec-étudiant.gouv.fr)

** Sont exonérés, les étudiants en Erasmus, les personnes inscrites en BTS, les formations comptables ainsi que les personnes inscrites en contrat de professionnalisation.*

