



B.U.T. Gestion Administrative et Commerciale des Organisations (GACO)

Diplôme B.U.T.

Domaine d'étude Droit, Economie, Gestion

Mention Gestion Administrative et Commerciale des Organisations



Fiches RNCP n° 35386 / 35387 / 35388

Le B.U.T. Gestion Administrative et Commerciale des Organisations (GACO) permet de former de futurs cadres intermédiaires en vue d'occuper des postes de gestionnaires polyvalents, d'assistants managers rattachés à la direction générale d'une PME-PMI ou à une direction fonctionnelle d'une organisation de grande taille (entreprises, administrations...).

Les compétences développées durant la formation permettront aux diplômés d'accéder aux nombreux métiers de la gestion commerciale et administrative dans les domaines du commerce, de l'administration, des activités financières ou dans les secteurs culturel ou sportif. La formation offre aux titulaires du B.U.T. GACO 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. La formation permet également une ouverture à l'international en proposant aux étudiants d'effectuer un semestre à l'étranger.

Objectifs

Avec le BUT GACO, ...

Je suis capable de lire les éléments d'un cahier des charges, d'un budget, de respecter un cadrage, de générer des idées au travers d'ateliers de créativité et d'être force de proposition.

Je suis capable d'analyser l'environnement de l'organisation, de diagnostiquer les enjeux économiques, juridiques et environnementaux de l'organisation et d'évaluer la situation financière.

Je suis capable d'analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché, d'identifier les acteurs du marché, d'élaborer le mix produit - prix - distribution – communication, de mettre en œuvre de façon adaptée et responsable les opérations de vente, de logistique et de transport pour déployer les activités de l'organisation sur le marché national et les marchés internationaux.

Pour qui ?

Public visé

J'ai...

Un intérêt à la fois pour le marketing, la gestion, le management, la communication ;

La volonté de mener à bien des projets en développant ma créativité ;

Un esprit dynamique et ouvert ;

Envie d'encadrement et de travail en petits groupes ;

Conditions d'admission

- > Un Bac général toutes spécialités
- > Un Bac STMG toutes spécialités
- > Autres Bacs et DAEU
- > Étudiants en réorientation (entrée BUT 1, 2 ou 3 selon profil)

Compétences

| Intitulé du bloc | Liste de compétences | Modalités d'évaluation |
|---|--|---|
| Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | <p>Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet</p> <p>Générer des idées au sein d'ateliers de créativité</p> <p>Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet</p> <p>Compléter les outils de suivi</p> <p>Lire un budget et respecter le cadrage</p> <p>Communiquer avec les acteurs du projet</p> <p>Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés</p> <p>Intégrer les champs de connaissances transversaux au projet</p> <p>Évaluer les risques de tout ou partie d'un projet</p> <p>Chiffrer tout ou partie d'un projet</p> <p>Animer une équipe</p> | <p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle : Rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques / Exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé / Mise en situation sur des pilotes et en stage et projet / Etudes de cas / Evaluation du travail réalisé en stage et projet</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>Rendre compte aux acteurs du projet</p> <p>Participer à l'élaboration de la communication du projet</p> <p>Expliquer les écarts entre les objectifs fixés et les résultats</p> <p>Orienter vers des champs de connaissances transversaux au projet</p> <p>Définir les responsabilités et mettre en adéquation les ressources</p> <p>Manager les acteurs du projet</p> <p>Gérer et ajuster un budget</p> <p>Définir et élaborer les éléments de communication du projet</p> <p>Ajuster ou recadrer des éléments du projet</p> <p>Clore un projet</p> | |
| <p>Participer au pilotage interne de l'organisation</p> | <p>Positionner l'organisation dans son environnement économique</p> <p>Identifier l'environnement juridique de l'organisation</p> <p>Caractériser les différentes fonctions de l'organisation</p> <p>Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne</p> <p>Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation</p> <p>Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation</p> <p>Situer l'organisation dans son environnement international</p> <p>Diagnostiquer les enjeux économiques, juridiques, environnementaux de l'organisation</p> <p>Restituer une situation juridique donnée et assimiler la solution judiciaire</p> | <p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle : Rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques / Exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé / Mise en situation sur des pilotes et en stage et projet / Etudes de cas / Evaluation du travail réalisé en stage et projet</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | <p>Evaluer la situation financière de l'organisation</p> <p>Déterminer les coûts et la rentabilité pour le pilotage de l'organisation</p> <p>Élaborer et suivre les différents tableaux de bord nécessaires au pilotage de l'organisation</p> <p>Proposer une solution juridique à une situation donnée</p> <p>Arbitrer entre les solutions de financement pour une situation donnée</p> <p>Contribuer à la démarche qualité de l'organisation</p> | |
| <p>Concevoir la démarche marketing</p> | <p>Identifier les acteurs du marché : producteurs - fabricants, concurrents, distributeurs, consommateurs, influenceurs, pour déterminer les objectifs de la stratégie marketing</p> <p>Analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché et la situation financière de l'entreprise</p> <p>Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives</p> <p>Identifier les composantes du mix produit - prix - distribution - communication</p> <p>Participer à l'audit et à la formulation stratégique pour aboutir à une proposition de segmentation, ciblage et positionnement, en prenant en compte les forces et faiblesses de l'organisation avec une démarche durable en utilisant des logiciels d'analyse statistique</p> <p>Élaborer le mix produit - prix - distribution - communication</p> <p>Concevoir les outils de communication du marketing</p> | <p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle : Rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques / Exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé / Mise en situation sur des pilotes et en stage et projet / Etudes de cas / Evaluation du travail réalisé en stage et projet</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | <p>mix, dans le respect de la législation, en utilisant les outils numériques et la communication écrite</p> <p>Mesurer l'impact des opérations de communication à l'aide des indicateurs de performance</p> <p>Participer à la stratégie export de l'organisation, en anticipant les risques</p> <p>Mettre en œuvre de façon adaptée et responsable, les opérations de vente, de logistique et de transport, pour déployer à l'international les activités de l'organisation</p> <p>Maîtriser au moins deux langues étrangères, dont l'anglais des affaires</p> | |
| Utiliser les outils numériques | Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe. | Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises. |
| Exploiter des données à des fins d'analyse | Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation Développer une argumentation avec esprit critique. | Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises |
| S'exprimer et communique à l'écrit et à l'oral | Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère. | Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises |
| Agir en responsabilité au sein d'une | Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives. Respecter les principes d'éthique, de déontologie | Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive |

| | | |
|---|---|---|
| <p>organisation professionnelle</p> | <p>et de responsabilité environnementale</p> <p>Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet</p> <p>Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique</p> <p>Prendre en compte des problématiques liées aux situations de handicap, à l'accessibilité et à la conception universelle.</p> | <p>et de démonstration des compétences acquises</p> |
| <p>Se positionner vis à vis d'un champ professionnel</p> | <p>Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder</p> <p>Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte</p> <p>Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs</p> | <p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p> |

| <p>Intitulé du bloc</p> | <p>Liste de compétences</p> | <p>Modalités d'évaluation</p> |
|---|---|---|
| <p>Accompagner une organisation dans sa démarche de responsabilité sociale et environnementale</p> | <p>Appréhender l'histoire des idées RSE et la place de l'éthique dans les organisations (management responsable)</p> <p>Comprendre l'architecture juridique et normative RSE (droit de l'environnement, normes ISO)</p> <p>Comprendre et exposer un bilan RSE- Analyser les attentes sociétales et le potentiel d'un marché</p> <p>Rechercher et synthétiser l'ensemble des informations pertinentes à la mise en œuvre d'une politique RSE</p> | <p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle : Rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques / Exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé / Mise en situation sur des pilotes et en stage et projet / Etudes de cas / Evaluation du travail réalisé en stage et projet</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>Appréhender les outils de l'évaluation environnementale (bilan carbone, etc.)</p> <p>Réaliser un diagnostic RSE</p> <p>Appliquer des normes ISO RSE et les différents aspects du droit de l'environnement</p> <p>Valoriser les pratiques RSE d'une organisation</p> <p>Préconiser des changements organisationnels RSE</p> <p>Mettre en œuvre une politique de certification</p> <p>Participer activement à la conduite du changement dans une organisation</p> <p>Comprendre et agir sur les mécanismes de la gouvernance</p> | |
| <p>Entreprendre dans un contexte de reprise ou de création d'organisation</p> | <p>Étudier un écosystème socio-économique territorial dans la perspective d'entreprendre</p> <p>Évaluer les divers modèles d'activité</p> <p>Lire un plan d'affaires</p> <p>Recueillir, synthétiser et exposer des informations sur les labels, les financements, les appuis et les collaborations disponibles pour la création et reprise d'activités</p> <p>Identifier les divers types de management dans l'organisation</p> <p>Accompagner administrativement et commercialement l'ensemble de la création d'une entreprise</p> <p>Créer ou reprendre une entreprise</p> <p>Valoriser son projet</p> <p>Construire un plan d'affaires dans une optique d'entreprise durable</p> | <p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle : Rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques / Exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé / Mise en situation sur des pilotes et en stage et projet / Etudes de cas / Evaluation du travail réalisé en stage et projet</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>Conduire l'entreprise en respectant sa mission, son projet et ses valeurs</p> <p>Évaluer les pratiques entrepreneuriales</p> <p>Développer un leadership, savoir convaincre et mobiliser l'ensemble des parties prenantes</p> | |
|--|--|--|

| Intitulé du bloc | Liste de compétences | Modalités d'évaluation |
|--|--|---|
| <p>Participer au pilotage RH de l'organisation</p> | <p>Utiliser les outils et techniques de management et de travail en équipe</p> <p>Utiliser les outils et techniques de recrutement</p> <p>Contribuer à la réalisation de la paie Collecter les informations juridiques pertinentes Identifier une stratégie de Ressources Humaines S'entraîner à manager une équipe en situation de conflit</p> <p>Participer activement au processus de recrutement</p> <p>Participer activement à l'administration du personnel au quotidien</p> <p>Recenser les compétences des collaborateurs et proposer un plan de formation</p> <p>Etablir une politique de rémunération et participation</p> | <p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle : Rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques / Exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé / Mise en situation sur des pilotes et en stage et projet / Etudes de cas / Evaluation du travail réalisé en stage et projet</p> |
| <p>Développer une approche conseil auprès des parties prenantes</p> | <p>Identifier les attentes et contraintes des parties prenantes internes</p> <p>Répondre aux demandes des parties prenantes internes</p> <p>Contribuer au dialogue entre la ou les fonctions supports et les parties prenantes externes</p> <p>Répondre aux obligations réglementaires</p> | <p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle : Rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques / Exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé / Mise en situation sur des pilotes et en stage et projet / Etudes de cas / Evaluation du travail réalisé en stage et projet</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>Élaborer des documents de synthèse</p> <p>Réaliser un diagnostic</p> <p>Identifier des pistes d'amélioration</p> <p>Mettre en œuvre les changements validés par l'organisation</p> <p>Participer activement au dialogue entre la ou les fonctions supports et les parties prenantes externes</p> <p>Anticiper pour la ou les fonctions supports les évolutions de l'environnement</p> | |
|--|--|--|

| Intitulé du bloc | Liste de compétences | Modalités d'évaluation |
|--|--|---|
| <p>Déployer le marketing omnicanal et digital</p> | <p>Analyser les pratiques des consommateurs attachées au numérique (approche consumer journey, recherche d'informations, interaction avec les marques, influenceurs...)</p> <p>Appréhender tous les facteurs de réussite d'une stratégie omnicanale, en utilisant les outils du CRM et les techniques digitales</p> <p>Concevoir une démarche omnicanale dans la stratégie de l'entreprise</p> <p>Appliquer une stratégie omnicanale optimisant la rencontre client/entreprise (identifier les points de contact ; définir les équipements et supports ; définir la stratégie de communication digitale...)</p> <p>Optimiser le mix digital conforme à la stratégie de l'organisation (formation équipes retail ; participer à l'élaboration de la stratégie inbound et outbound ; mettre en place et animer</p> | <p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle : Rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques / Exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé / Mise en situation sur des pilotes et en stage et projet / Etudes de cas / Evaluation du travail réalisé en stage et projet</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>une communauté à travers les réseaux sociaux, etc.)</p> | |
| <p>Assurer le développement des affaires, de la prospection à la fidélisation</p> | <p>Définir une politique de distribution conforme à la stratégie de l'organisation pour développer sa clientèle</p> <p>Faire des recommandations pour l'implantation d'un point de vente, en fonction des analyses du marché et de la zone de chalandise</p> <p>Déterminer les facteurs de pérennisation du point de vente, en utilisant les techniques de merchandising et de communication</p> <p>Participer à la politique d'achats</p> <p>Négocier en processus achat, en utilisant les techniques d'achat et de communication orale, et en mettant en oeuvre des qualités personnelles propices pour convaincre</p> <p>Préparer la négociation en utilisant les informations utiles à la connaissance du client ou du prospect et en concevant des supports préparatoires</p> <p>Faire le suivi des ventes, avec l'aide des documents commerciaux et des rapports du service après vente, pour mettre en place des actions publicitaires et de promotions, ou un programme de fidélisation</p> <p>Gérer la force de vente, en procédant au recrutement de l'équipe, en veillant à un dimensionnement correct, et en utilisant les outils d'animation et de reporting, pour en maintenir la cohésion, la motivation et la performance</p> <p>Prospecter et qualifier un fichier client, dans un objectif de déploiement commercial, de démarche qualité ou de programme de fidélisation</p> <p>Analyser un fichier clients et faire des propositions d'actions</p> | <p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle : Rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques / Exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé / Mise en situation sur des pilotes et en stage et projet / Etudes de cas / Evaluation du travail réalisé en stage et projet</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>Négocier en processus vente, en utilisant les techniques de vente et de communication orale, et en mettant en œuvre des qualités personnelles propices pour convaincre</p> <p>Faire le suivi de la négociation, par le biais des outils du CRM, l'utilisation de la communication écrite et orale, pour veiller à la satisfaction du client et à sa fidélisation</p> | |
|--|---|--|

Et après ?

Poursuite d'études

BAC +5

- > Ecole de management
- > Master

Débouchés

| Secteurs d'activité | Métiers |
|--|--|
| Toute entreprise industrielle et de service | Assistant de direction |
| Collectivités territoriales et administrations | Assistant de gestion PME |
| Associations | Chargé de clientèle |
| PME et grandes entreprises | Assistant commercial |
| | Chef de rayon |
| | Assistant Ressources Humaines |
| | Assistant communication |
| | Assistant marketing |
| | Assistant web-marketing |
| | Chef de projet |
| | Assistant administratif et comptable |
| | Assistant logistique, achats |
| | Gérant de société, créateur d'entreprise ... |

Programme

B.U.T. 1 : FONDAMENTAUX

B.U.T. 2 / B.U.T. 3 : SPÉCIALISATION

3 parcours en B.U.T. 2 :

- > Management responsable de projets des organisations (RNCP 35386)
- > Management des fonctions supports (RNCP 35387)
- > Management commercial et marketing omnicanal (RNCP 35388)

| Parcours Management responsable de projets des organisations | Parcours Management des fonctions supports | Parcours Management commercial et marketing omnicanal |
|--|---|---|
| Il est centré sur l'accompagnement à la démarche de responsabilité sociale et environnementale | Il couvre particulièrement les secteurs d'activité en lien avec le pilotage des ressources humaines et l'approche de conseil à une entreprise ou une organisation quelle qu'elle soit | Il développe les compétences nécessaires au déploiement omnicanal et digital d'une démarche marketing et au développement d'affaires à une entreprise ou une organisation quelle qu'elle soit |

Cursus Business English : dès la 1re année pour un groupe de TD (6h à 8h/semaine de cours de spécialité en anglais)

Cursus International : semestre au Québec, en Argentine, au Chili en Espagne ou autres destinations en Europe

Cursus Année Spéciale : D.U.T. (2 ans) en 1 an :

- > Pour se réorienter : entrée directe en 2e année de B.U.T. sans pré-requis, dans un groupe spécifique :
 - après 1 an de de classe préparatoire aux grandes écoles
 - après une première année universitaire (ou +) validée, toute filière
 - après 1 an de PASS Parcours Accès Santé spécifique, quelque soit la mineure suivie

(places réservées)

- > Vous serez, comme nos étudiants qui seront en 2è année en 2021-22, la dernière promotion à travailler sur le programme actuel de DUT.
- > Informations et [Candidatures sur eCandidat](#)