



B.U.T. Techniques de commercialisation (TC)

Diplôme B.U.T.

Domaine d'étude Droit, Economie, Gestion

Mention Techniques de Commercialisation

Parcours Marketing digital, e-business et entrepreneuriat / Business développement et management de la relation client / Business international : achat et vente / Marketing et management du point de vente

#MARKET	#ÉTUDE DE MARCHÉ	#COMMUNICATION COMMERCIALE	#VENTE ET NÉGOCIATION	#COMMERCE INTERNATIONAL
---------	------------------	----------------------------	-----------------------	-------------------------

Fiches RNCP n° 35354 / 35355 / 35356 / 35357

Le B.U.T. Techniques de Commercialisation (TC) 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 B.U.T. TC est polyvalent, autonome et évolutif. Il couvre les secteurs d'activités en lien avec les métiers de la vente, du marketing et de la communication. 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.

Objectifs

Avec le BUT TC,...

Je conduis des actions marketing

Je vends une offre commerciale

Je communique l'offre commerciale

Pour qui ?

Public visé

J'ai...

Le goût du challenge ;

Le sens du relationnel ;

De l'aisance à l'oral ;

Conditions d'admission

- > Bacs généraux (spécialité conseillée : maths au moins en 1ère)
- > Bac Technologique STMG
- > Bac Pro (vente, commerce)
- > DAEU option A ou B

Compétences

Intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
Conduire les actions marketing	<p>Analyser l'environnement d'une entreprise en repérant et appréciant les sources d'informations (fiabilité et pertinence)</p> <p>Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement simple</p> <p>Choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation du marché</p> <p>Concevoir une offre cohérente et éthique en termes de produits, de prix, de distribution et de communication</p> <p>Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques</p> <p>Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement complexe</p> <p>Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe</p> <p>Concevoir un mix étendu pour une offre complexe</p> <p>Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement</p> <p>Elaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne)</p> <p>Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur</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, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).

	Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre	
<p style="text-align: center;">Vendre une offre commerciale</p>	<p>Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins</p> <p>Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client</p> <p>Concevoir des OAV efficaces -Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs</p> <p>Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection</p> <p>Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels</p> <p>Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés</p> <p>Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat</p> <p>Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre</p> <p>Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre</p> <p>Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale - Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l'entreprise</p> <p>Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel</p> <p>Elaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe</p> <p>Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique</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, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).</p>

	rencontré : achat, finance, industrie, international.	
Communiquer l'offre commerciale	<p>Identifier les cibles et objectifs de communication en tenant compte de la cohérence du mix</p> <p>Analyser de manière pertinente les moyens de communication commerciale (médias, hors médias, médias sociaux)</p> <p>Elaborer des supports simples (Imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring, ...)</p> <p>Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité)</p> <p>Elaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence</p> <p>Etablir une stratégie de moyens en utilisant les indicateurs de choix des supports</p> <p>Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité</p> <p>Mettre en œuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-réputation.</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, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).
Usages 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.
Exploitation de données à des fins d'analyse	<p>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</p> <p>Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation</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.

	Développer une argumentation avec esprit critique.	
Expression et communication écrites et orales	<p>Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française</p> <p>Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère.</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.
Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle	<p>Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives</p> <p>Respecter les principes d'éthique, de déontologie 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>	Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises.
Positionnement vis à vis d'un champ professionnel	<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>	Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises.

Intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
Gérer une activité digitale	Mobiliser des indicateurs de performance en fonction du volume et de la variété des données	Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports,

	<p>Identifier les spécificités du marketing digital</p> <p>Utiliser un cahier des charges e-business</p> <p>Intégrer les spécificités du e-commerce</p> <p>Respecter le processus logistique</p> <p>Exploiter les données de masse en mobilisant les bons outils de traitement de l'information</p> <p>Mettre en œuvre des spécificités du marketing digital</p> <p>Elaborer un cahier des charges e-business</p> <p>S'appuyer sur les indicateurs de performances pour améliorer la relation client</p> <p>Proposer des solutions adaptées aux spécificités de la chaîne logistique du e-commerce.</p>	<p>plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet.</p>
<p>Développer un projet e business</p>	<p>Concevoir un modèle d'affaires simplifié</p> <p>Analyser de façon pertinente la situation marché-entreprise grâce aux outils de diagnostic stratégique</p> <p>Analyser la situation financière d'une entreprise à partir des éléments de la comptabilité générale</p> <p>Identifier les éléments pertinents nécessaires à la réalisation du projet</p> <p>Utiliser les techniques de créativité individuelle et collective</p> <p>Contribuer à l'enrichissement d'un projet collectif</p> <p>Concevoir un modèle d'affaires complet incluant les sources de valeur, les parties prenantes et les externalités</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, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet</p>

	<p>Faire des préconisations grâce aux outils du diagnostic stratégique</p> <p>Elaborer les documents financiers nécessaires en tant que concepteur du business model</p> <p>Contrôler la conformité et la pertinence du modèle</p> <p>Choisir les techniques de créativité individuelle et collective adaptées</p> <p>Développer un projet de façon proactive.</p>	
--	--	--

Intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
Formuler une stratégie de commerce à l'international	<p>Réaliser de manière structurée un diagnostic export/import à l'aide d'outils stratégiques (collecte des informations en interne)</p> <p>Collecter les informations de l'environnement international (identifier les sources pertinentes, identifier les outils de collecte de données, s'assurer de la fiabilité des données)</p> <p>Sélectionner les marchés opportuns, à l'export et à l'import à l'aide d'indicateurs</p> <p>Evaluer le diagnostic export/import et faire des préconisations</p> <p>Evaluer les marchés internationaux en prenant en compte le contexte géo-éco-politique, les particularités culturelles et les enjeux éthiques</p> <p>Proposer le mode d'entrée (filiale, joint venture, etc.) le plus adéquat.</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, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)</p>
Piloter les opérations à l'international	<p>Gérer les processus de vente et d'achat à l'international ; identifier et sélectionner les fournisseurs</p>	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction</p>

	<p>Suivre les opérations logistiques à l'international grâce à l'appréhension des enjeux de la chaîne logistique</p> <p>Sélectionner le mode de transport, l'incoterm, l'assurance et les modalités de paiement dans une logique d'optimisation des coûts</p> <p>Positionner l'offre en fonction des spécificités culturelles identifiées sur le(s) marché(s) ciblé(s)</p> <p>Mobiliser ses connaissances en processus de vente et d'achat dans des situations interculturelles</p> <p>Optimiser la chaîne logistique à l'international en intégrant les enjeux environnementaux et éthiques</p> <p>Gérer l'administration des ventes/achats à l'international notamment grâce à l'évaluation des modalités de financement de l'opération d'import ou d'export</p> <p>Proposer l'offre marketing adaptée au(x) marché(s) ciblé(s).</p>	<p>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, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet</p>
--	--	--

Intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>Manager une équipe commerciale sur un espace de vente</p>	<p>Analyser les indicateurs de performances commerciales</p> <p>Communiquer sur les objectifs et les résultats efficacement et professionnellement</p> <p>Planifier les missions de l'équipe en accord avec la stratégie de l'espace de vente</p> <p>Fixer les objectifs en accord avec la méthode SMART</p> <p>Fédérer les équipes autour de l'atteinte des objectifs</p> <p>Sélectionner des collaborateurs en considérant les besoins de l'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, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)</p>

	<p>Intégrer des collaborateurs à l'équipe</p> <p>Valoriser les compétences des membres de l'équipe</p>	
<p>Piloter un espace de vente</p>	<p>Analyser le secteur et l'environnement concurrentiel</p> <p>S'approprier la chaîne d'approvisionnement de l'espace de vente Agencer l'offre sur l'espace de vente en utilisant les techniques de merchandising, en particulier la théâtralisation</p> <p>Personnaliser la relation client en appliquant les principes de base de la GRC Gérer la diversité des points de contacts avec le client</p> <p>Comprendre les enjeux de la distribution et les évolutions du secteur Elaborer une stratégie commerciale en cohérence avec l'environnement concurrentiel</p> <p>Gérer la relation avec les fournisseurs ou le réseau Implanter un plan de merchandising, défini par le réseau ou par l'équipe de vente</p> <p>Optimiser les outils de GRC</p> <p>Optimiser le parcours client dans une perspective omnicanale par l'intégration des différents points de contact</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, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet</p>

Intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation</p>	<p>Réaliser un diagnostic avant la mise en place d'actions commerciales</p> <p>Mesurer l'importance du choix des cibles commerciales</p> <p>Travailler en équipe tout en respectant le rôle de chacun</p> <p>Adapter l'offre à une demande client</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, études</p>

	<p>Mettre en œuvre la stratégie marketing et commerciale au sein de l'équipe</p> <p>Fédérer les équipes autour de la réussite des objectifs marketing et commerciaux</p> <p>Co-construire une offre en collaboration avec les parties prenantes concernées (externes et internes).</p>	<p>de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).</p>
<p>Manager la relation client</p>	<p>Intégrer la satisfaction client dans la réussite de la relation commerciale et la réputation de l'entreprise</p> <p>Piloter sa relation client au moyen d'indicateurs</p> <p>Traiter les réclamations client pour optimiser l'activité</p> <p>Exploiter de façon pertinente les outils de la relation client</p> <p>Asseoir la réussite de la relation client sur la cohérence globale de l'organisation (outils, processus, communication, structure organisationnelle...)</p> <p>Optimiser l'expérience client par la mise en place d'un processus d'amélioration continue</p> <p>Contribuer à la diffusion de la culture client au sein de l'organisation</p> <p>Faire évoluer les outils de la relation client.</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, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet</p>

Et après ?

Débouchés

Secteurs d'activité	Métiers
<p>Tous les secteurs d'activité marchands (de la boutique à la grande distribution) et non marchands (grandes entreprises, PME-PMI, collectivités...)</p>	<p>Assistant marketing</p> <p>Assistant chef de communication</p> <p>Attaché commercial</p>

Assistant clientèle en banque/assurance

Négociateur

Entrepreneur

Manager de rayon...

Programme

B.U.T. 1 : Socle commun

B.U.T. 2 : Spécialisation

B.U.T. 3 : Diplôme

4 parcours en B.U.T. 2 :

- > Marketing digital, e-business et entrepreneuriat (RNCP 35354)
- > Business international : achat et vente (RNCP 35355)
- > Marketing et management du point de vente (RNCP 35356)
- > Parcours business développement et management de la relation client (RNCP 35357)

Parcours marketing digital, e-business et entrepreneuriat	Parcours business international : achat et vente	Parcours marketing et management du point de vente	Parcours business développement et management de la relation client
Il 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 d'un projet commercial digital pouvant mener à la création d'une start-up d'autre part	Il a pour objectif de former au marketing et au commerce en développant des compétences stratégiques et opérationnelles dans un contexte international	Il vise à former à la gestion de l'espace de vente. Il est axé sur la formation du management du point de vente, la fonction d'animation d'équipe et le pilotage de l'espace de vente	Il vise à former au développement de l'activité commerciale tout en veillant à la satisfaction client pour bâtir une relation durable

Jeux-concours : « Entrepreneuriat », inter-IUT «Masters de Vente»

Projets étudiants : une revue, l'IUT Mag' (lien de téléchargement à gauche de cette page) et une webradio, Esprit TC

Modules professionnels en anglais (Semestre 2), possibilité du Semestre 3 à l'étranger

Jeu d'entreprise CREASIM pour simuler la création et le développement d'une entreprise sur trois ans.