

# Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation

Parcours Marketing et Management du Point de vente



## ✓ Objectifs :

Cette formation vise à développer 3 compétences transverses en fil rouge sur les 3 ans :

- **MARKETER** : mettre en œuvre un plan marketing stratégique, élaborer une offre produit-service, distribuer par les canaux adéquats, adopter une posture citoyenne.
- **VENDRE** : mener une négociation commerciale, développer la performance commerciale au regard des objectifs attendus, conduire une action de prospection adaptée, maîtriser la communication verbale et non verbale.
- **COMMUNIQUER** : définir et mettre en œuvre la communication commerciale d'une organisation ou d'un produit, animer les réseaux sociaux, veiller à l'image de marque et à l'e-réputation.

### + des compétences spécifiques à chaque parcours

Marketing digital, E-business & entrepreneuriat

- Marketing digital : gérer une activité digitale
- E-business & entrepreneuriat : développer un projet e-business
- Marketing digital, E-business & entrepreneuriat : gérer une activité digitale, développer un projet e-business
- **Marketing et Management du point de vente : manager une équipe commerciale sur un espace de vente**

## 👤 Public visé :

- En apprentissage : jeunes de 16 ans à moins de 30 ans
- Tout public éligible à une entrée en contrat de professionnalisation ou en Pro-A

## 📋 Prérequis :

Être titulaire d'un baccalauréat technologie mercatique, d'un baccalauréat général orienté sur des spécialités scientifiques, mathématiques et technologiques.

## 👉 Modalités et délais d'accès :

La formation est accessible via le :

- Contrat d'apprentissage
- Contrat de professionnalisation
- Contrat de Pro-A

Pour tout autre profil consultez-nous

Étapes d'inscription :

- 1) Pour suivre la formation, le candidat doit impérativement être validé par l'IUT
- 2) Assister à une réunion d'information pour valider l'accès au portail de préinscription du CFA Skillfor
- 3) Inscription définitive à compter de la signature du contrat en alternance ou de toute autre convention

En contrat d'apprentissage (1<sup>ère</sup> année) :

**Date limite d'entrée en formation :** le 07/10/2024  
**Date limite de signature d'un contrat :** le 22/12/2024

CCI MARTINIQUE

**SKILLFOR**

CENTRE DE FORMATION  
DES APPRENTIS



### Type de formation :

Formation diplômante/certifiante – Alternance et formation continue



### Filière de formation :

Commerce-distribution & Logistique



### Niveau de sortie de la formation :

Niveau 6 (Bac+3) – 180 ECTS



### Durée de la formation :

3 années / 1 750 heures  
1<sup>ère</sup> année : 650 heures  
2<sup>ème</sup> année : 620 heures  
3<sup>ème</sup> année : 480 heures



### Coût de la formation :

Alternance et Pro-A : 7 850 €/an  
Autres dispositifs : 7 065 €/an  
Formation gratuite et rémunérée pour l'alternant [contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation]  
Prise en charge en alternance et Pro-A par OPCO



### Prochaines sessions :

1<sup>ère</sup> année : du 23/09/2024 au 25/06/2025  
2<sup>ème</sup> année : du 10/09/2024 au 27/06/2025  
3<sup>ème</sup> année : du 23/09/2024 au 17/06/2025



### Accessibilité handicap :

Site répondant aux conditions d'accessibilité et desservi par un réseau de transport urbain  
Pour plus d'informations, consultez notre page dédiée



### SKILLFOR Campus

Pôle Consulaire de Formation  
Rue Aubin Edmond – Quartier Case Navire  
97233 SCHOELCHER  
0596 42 78 78  
[www.skillforcampus.com](http://www.skillforcampus.com)



### Gestionnaire de formation :

Martine MONCOQ  
[accueil\\_skillfor@martinique.cci.fr](mailto:accueil_skillfor@martinique.cci.fr)  
0596 61 78 73

En contrat d'apprentissage (2<sup>ème</sup> année) :

**Date limite d'entrée en formation :** le 24/09/2024

**Date limite de signature d'un contrat :** le 09/12/2024

En contrat d'apprentissage (3<sup>ème</sup> année) :

**Date limite d'entrée en formation :** le 07/10/2024

**Date limite de signature d'un contrat :** le 22/12/2024

Les délais d'accès sont compris entre 1 et 6 mois, selon le calendrier de la formation et le dispositif de financement mobilisé



## Modalités pédagogiques :

- Formation mixant présentiel et distanciel (blended learning)
- Alternance de cours magistraux, de travaux dirigés et d'applications pratiques en entreprise
- E-learning accompagné et tutoré selon le besoin identifié et à l'issue d'un test de niveau faisant l'objet de travaux individuels
- Projet tutoré
- Accompagnement individualisé et coaching
- Salles banalisées avec vidéoprojecteur, salles informatiques
- Amphithéâtre



## Rythme d'alternance :

- 1 semaine de formation en centre
- 1 semaine en entreprise



## Programme :

Les compétences professionnelles s'acquièrent à la fois en centre de formation dans le cadre d'ateliers professionnels mais aussi en entreprise dans le cadre de l'alternance

Possibilité de valider un ou plusieurs blocs de compétences

### **RNCP3536BC01** Conduire les actions marketing – 258 heures

- Analyser l'environnement d'une entreprise en repérant et appréciant les sources d'informations (fiabilité et pertinence)
- Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement simple
- Choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation du marché
- Concevoir une offre cohérente et éthique en termes de produits, de prix, de distribution et de communication
- Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques
- Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement complexe
- Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe
- Concevoir un mix étendu pour une offre complexe
- Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement
- Elaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne)
- Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur
- Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre.

### **RNCP35356BC02** Vendre une offre commerciale – 258 heures

- Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins
- Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client
- Concevoir des OAV efficaces
- Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs
- Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection
- Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels
- Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés
- Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat
- Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre
- Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre
- 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
- Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel
- Elaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe
- Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international.

### **RNCP35356BC03** Communiquer l'offre commerciale – 258 heures

- Identifier les cibles et objectifs de communication en tenant compte de la cohérence du mix
- Analyser de manière pertinente les moyens de communication commerciale (médias, hors médias, médias sociaux)
- Elaborer des supports simples (Imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring, ...)
- Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité)
- Elaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence
- Etablir une stratégie de moyens en utilisant les indicateurs de choix des supports
- Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité
- Mettre en œuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-réputation.

### **RNCP35356BC04** Manager une équipe commerciale sur un espace de vente – 258 heures

- Analyser les indicateurs de performances commerciales
- Communiquer sur les objectifs et les résultats efficacement et professionnellement
- Planifier les missions de l'équipe en accord avec la stratégie de l'espace de vente
- Fixer les objectifs en accord avec la méthode SMART
- Fédérer les équipes autour de l'atteinte des objectifs
- Sélectionner des collaborateurs en considérant les besoins de l'équipe
- Intégrer des collaborateurs à l'équipe
- Valoriser les compétences des membres de l'équipe

**RNCP35356BC05 Piloter un espace de vente – 258 heures**

- Concevoir un modèle d'affaires simplifié
- Analyser le secteur et l'environnement concurrentiel
- 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
- Personnaliser la relation client en appliquant les principes de base de la GRC Gérer la diversité des points de contacts avec le client
- Comprendre les enjeux de la distribution et les évolutions du secteur Elaborer une stratégie commerciale en cohérence avec l'environnement concurrentiel
- Gérer la relation avec les fournisseurs ou le réseau Implanter un plan de merchandising, défini par le réseau ou par l'équipe de vente
- Optimiser les outils de GRC
- Optimiser le parcours client dans une perspective omnicanale par l'intégration des différents points de contact

**RNCP35356BC06 Usages numériques – 120 heures**

- 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.

**RNCP35356BC07 Exploitation de données à des fins d'analyse – 60 heures**

- 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.

**RNCP35356BC08 Expression et communications écrites et orales – 160 heures**

- 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.

**RNCP35356BC09 Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle – 60 heures**

- 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 et de responsabilité environnementale
- Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique.

**RNCP35356BC10 Positionnement vis à vis d'un champ professionnel – 60 heures**

- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder
- Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
- Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs.

★★☆ **Modalités d'évaluation :**

Le diplôme est délivré par l'IUT sur la base du contrôle continu des connaissances. Une validation des connaissances est organisée à la fin de chaque module qui englobe les Unités d'Enseignement (UE) de chaque semestre, soit 6 semestres pour les 3 ans (30 crédits par semestre).

Le BUT correspond à 180 crédits européens.

En fin de 3<sup>ème</sup> année ont lieu :

- 1 soutenance finale de rapport d'activité professionnelle
- 1 soutenance finale de projet tuteuré (dossier écrit / PowerPoint et oral pour chaque soutenance).

Validation des unités d'enseignement (UE) :

En cas d'échec à la certification globale, le candidat peut obtenir la validation partielle de certaines unités d'enseignement, acquises pour une durée de 5 années

**Suites de parcours et débouchés :**Suites de parcours :

- Master en sciences de gestion, en marketing, en gestion de production et achats, en finances, en commerce
- Diplôme d'école de commerce
- Diplôme d'IAE

Equivalences/Passerelles : Aucune

Emplois visés :

Le titulaire du BUT TC exerce principalement ses fonctions dans la grande distribution, l'industrie, la banque, dans une société de transport ou d'assurances.

Il débute généralement sa carrière par un poste d'attaché ou de conseiller commercial, d'assistant marketing, d'assistant chef de publicité, d'assistant export, de chargé de clientèle, de gestionnaire de contrats d'assurance, de télévendeur, de chef de rayon.



## Les points forts de la formation :

Le BUT TC a pour vocation de former des techniciens supérieurs spécialisés susceptibles de s'intégrer tant dans des entreprises industrielles, commerciales que des administrations ou associations

Un nouveau diplôme construit sur 3 ans (180 crédits)

Plus professionnalisant, car élaboré autour des compétences attendues par les entreprises

Obtention automatique du DUT TC (validation de 120 ECTS) au bout de la seconde année

A l'issue des 3 ans, obtention d'un diplôme d'Etat national, le Bachelor Universitaire de Technologie, de grade Licence (Bac+3)



## Chiffres clés 2022-2023 (Martinique):

Taux d'obtention de la certification : aucun (session en cours) Taux de poursuite d'études : aucun (pas de sortants en 2022)

Taux d'interruption en cours de formation : 12%

Taux global d'insertion à 6 mois : aucun (pas de sortants en 2022)

Taux de satisfaction : 100%

Valeur ajoutée : 91%