



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

Objectifs

Maîtriser le processus de création et de commercialisation des biens et services

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.



Pour qui ?

Conditions d'admission

Pré-requis

Bac général, techno ou pro

La formation peut accueillir des profils variés, quels que soient les enseignements de spécialité et les enseignements optionnels choisis au lycée général et technologique. Elle peut accueillir des étudiants du supérieur souhaitant se réorienter.

Il est, en outre, possible de préparer le B.U.T. dans le cadre de la formation tout au long de la vie, voire dans le cadre d'un contrat salarié (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation). Le diplôme peut également être obtenu par la validation des acquis de l'expérience (VAE)

Candidature sur www.parcoursup.fr

Compétences

LES COMPÉTENCES ET COMPOSANTES ESSENTIELLES

TRONC COMMUN POUR LES 3 PARCOURS :

Parcours Marketing digital, e-business et entrepreneuriat + Parcours Business développement et management de la relation client + Parcours Business international : achat et vente		
CONDUIRE LES ACTIONS MARKETING : <ul style="list-style-type: none">· en analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers· en évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché· en quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur· en analysant avec les outils appropriés, les compétences et les ressources de l'entreprise· en élaborant un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents· en adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique	VENDRE UNE OFFRE COMMERCIALE : <ul style="list-style-type: none">· en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique· en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation· en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation· en prospectant à l'aide d'outils adaptés· en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale	COMMUNIQUER L'OFFRE COMMERCIALE : <ul style="list-style-type: none">· en élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix· en utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation· en produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs· en respectant la réglementation en vigueur

COMPÉTENCES PAR PARCOURS

Parcours

Business

développement
achat
marketing
vente
entrepreneuriat
relation
client

INTERNET

UNE

SARAJINÉE

STRATÉGIE

MARKETING

ET

L'INTERNET :

sélectionnant

L'ORGANISATION :

outils
pratiques
de
identification
traitement
des données
analyse
système d'information
données
plus
possibilités
développer
son
activité
développement
efficace
stratégie
marketing
concurrentielles
performante
l'environnement
international
établir
du lien
efficacement
opérations
côté
digital
sectoriel
du
client.
optimisant
la
relation
MANAGER
digitalisée
RELATION
CLIENT :
marchés
associant

plus
performances
développement
l'entreprise.
culture
construite
de
FINOTER
LES
DÉVELOPPEMENT
UN
L'INTERNATIONAL
étant
BUSINESS :
satisfaction
et
l'expérience
client
de
occupés
long
marchés
d'affaires
l'international
une
perspective
du
adaptant
partage
chaque
valeur
leur
portefeuille
stratégie
commerciale
développement
l'international
visions
stratégique
partagée
pilotant
respect
opérations
d'international
réglementation
façon
performance
des
documents
et
développement
financiers
politique
marketing
adaptée
analysant
contexte
international
de
vue
quantitatif
et
qualitatif
les

environnements
spécifiques
pour
réussir
un
projet
digital
.
en
mobilisant
des
techniques
adéquates
pour
passer
de
la
créativité
à
l'innovation
.
en
s'intégrant
activement
dans
un
projet
collectif

Et après ?

Poursuite d'études

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.

Débouchés

Parcours Marketing digital, e-business et entrepreneuriat

Métiers du marketing digital et du e-business, métiers de l'entrepreneuriat

Parcours Business développement et management de la relation client

Développement d'affaires et management de la relation client

Développement d'affaires et management de la relation client

Métiers du commerce international.

Programme

Les principaux enseignements

Fondamentaux de la communication commerciale, Ressources et culture numériques, Environnement juridique de l'entreprise, Expression, Communication et culture, Anglais / Allemand / Espagnol / Italien du commerce, Fondamentaux de la vente, Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur, Études Marketing, Environnement économique de l'entreprise, Rôle et organisation de l'entreprise sur son marché, Éléments financiers de l'entreprise.

1 800h de formation réparties sur 6 semestres

600h de projets tutorés

22 à 26 semaines de stage ou alternance sur tout ou une partie du parcours

Les Parcours

Parcours Marketing digital, e-business et entrepreneuriat

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 de projet commercial digital pouvant mener à la création d'une start-up d'autre part.

Parcours Business développement et management de la relation client

Il vise à former au développement de l'activité commerciale tout en veillant à la satisfaction client pour bâtir une relation durable.

Parcours Business international : achat et vente

Il a pour objectif de former au marketing et au commerce en développant des compétences stratégiques et opérationnelles dans un contexte international.

Equipe pédagogique

> Une équipe d'enseignants constituée de professeurs de l'enseignement supérieur, de professeurs agrégés et certifiés de l'enseignement secondaire et de professionnels du commerce, de la communication commerciale, du commerce international, de la vente, de l'audiovisuel, de la banque, des assurances...