

mention **GESTION ADMINISTRATIVE ET COMMERCIALE DES ORGANISATIONS (GACO)**

Parcours **Management Responsable de Projets et des Organisations (MRPO)
Management Commercial et Marketing Omnicanal (MCMO)**



■ ■ OBJECTIFS

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 le **secteur de l'économie sociale et solidaire**. 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.

CONTACTS

Secrétariat

Tél. 03 80 39 64 66

gaco-sec@iut-dijon.u-bourgogne.fr

■ ■ ADMISSION SUR DOSSIER

Pour les titulaires

- d'un baccalauréat de série générale ou technologique (STMG)
Avoir suivi les enseignements de spécialité Maths, SES, Histoire-géographie ou Langues est un plus. Outre le cursus académique, une attention particulière est portée au projet professionnel du candidat (lettre de motivation).
- d'un titre admis en équivalence ou en dispense.

Par réorientation universitaire ou après classes préparatoires

Par validation d'acquis

■ ■ COMPÉTENCES ACQUISES

Compétences communes aux 2 parcours de B.U.T. GACO

Gérer un projet interne ou externe à l'organisation

- Tenir compte des attentes et des valeurs de l'organisation
- S'inscrire dans une démarche collaborative
- Proposer une méthodologie cohérente
- Formuler des préconisations réalistes et pertinentes
- Choisir les outils les plus adaptés
- Tenir compte des caractéristiques inter-culturelles d'une gestion de projet

Participer au pilotage interne de l'organisation

- Respecter la stratégie de l'organisation et les spécificités des différentes fonctions de l'organisation
- Collaborer efficacement à la stratégie
- S'assurer que les actions menées permettent d'atteindre les objectifs

Concevoir la démarche marketing

- Réaliser des études du marché
- Participer à la formulation stratégique au profit de l'organisation pour mettre en œuvre un mix marketing conforme au positionnement stratégique de l'organisation en développant des outils de communication

Compétences spécifiques au parcours MCMO

Déployer le marketing omnicanal et digital

- Participer à la commercialisation d'un produit en mode e-commerce en formulant une proposition omnicanale optimisée
- Définir de manière éco-responsable, le meilleur mix marketing digital pour une organisation

Assurer le développement des affaires, de la prospection à la fidélisation

- Participer à la gestion d'un point de vente en vue de sa pérennisation dans un contexte concurrentiel
- Développer une force de vente performante, grâce à l'utilisation d'outils de management et d'animation d'équipe
- Veiller au suivi de la force de vente pour répondre aux objectifs commerciaux fixés par la stratégie de distribution

Compétences spécifiques au parcours MRPO

Accompagner une organisation dans sa démarche de responsabilité sociale et environnementale

- Valoriser l'impact économique d'une pratique éthique et responsable
- Identifier les leviers de développement d'une démarche RSE (labels, financements, appuis, etc.)
- Mettre en œuvre une veille informationnelle critique/proactive (réglementations, outils, démarches, dispositifs, débats publics sur les questions RSE, etc.)
- Articuler les attentes des différentes parties prenantes

Entreprendre dans un contexte de reprise ou de création d'organisation

- Conduire un diagnostic économique, social et environnemental d'un territoire
- Intégrer les innovations managériales
- Piloter les axes stratégiques de l'entreprise responsable avec une vision long terme en faisant preuve d'initiative et de créativité
- Proposer un plan d'action concret



PROGRAMME

Chaque unité d'enseignement est composée de deux éléments :

- les **Ressources** qui permettent l'acquisition des connaissances et de méthodes fondamentales
- les **Situations d'Apprentissage et d'Évaluation (SAÉ)** qui sont des mises en situation professionnelle au cours desquelles l'étudiant développe la compétence et à partir desquelles il fera la démonstration de l'acquisition de cette compétence.

Ressources

Première année

- Expression et communication
- LV1 Anglais
- LV2 (Allemand, Espagnol, Espagnol grand débutant ou Italien)
- Technologies de l'information et de la communication
- PPP
- Fondamentaux de la comptabilité
- Culture juridique
- Fondamentaux de l'économie
- Gestion de projet et Management opérationnel
- Fondamentaux du marketing

Deuxième année

Tronc commun

- Expression et communication
- LV1 Anglais des affaires
- LV2
- PPP
- Droit du travail
- Droit des affaires
- Stratégie d'entreprise
- Marketing stratégique et opérationnel
- Ressources humaines
- Outils de pilotage

Parcours MCMO

- Trade marketing et merchandising
- Fondamentaux du marketing digital
- Négociation commerciale
- E-commerce

Parcours MRPO

- Communication et marketing durable
- Nouvelles approches de l'entreprise
- Management global du développement durable
- Commerce éco-responsable
- Responsabilité sociale et environnementale de l'organisation
- Entrepreneuriat et intrapreneuriat responsable - niveau 1

Troisième année

Tronc commun

- LV1 Anglais des affaires
- LV2
- PPP
- Achats
- Logistique
- Démarche qualité
- Traitement des données

Parcours MCMO

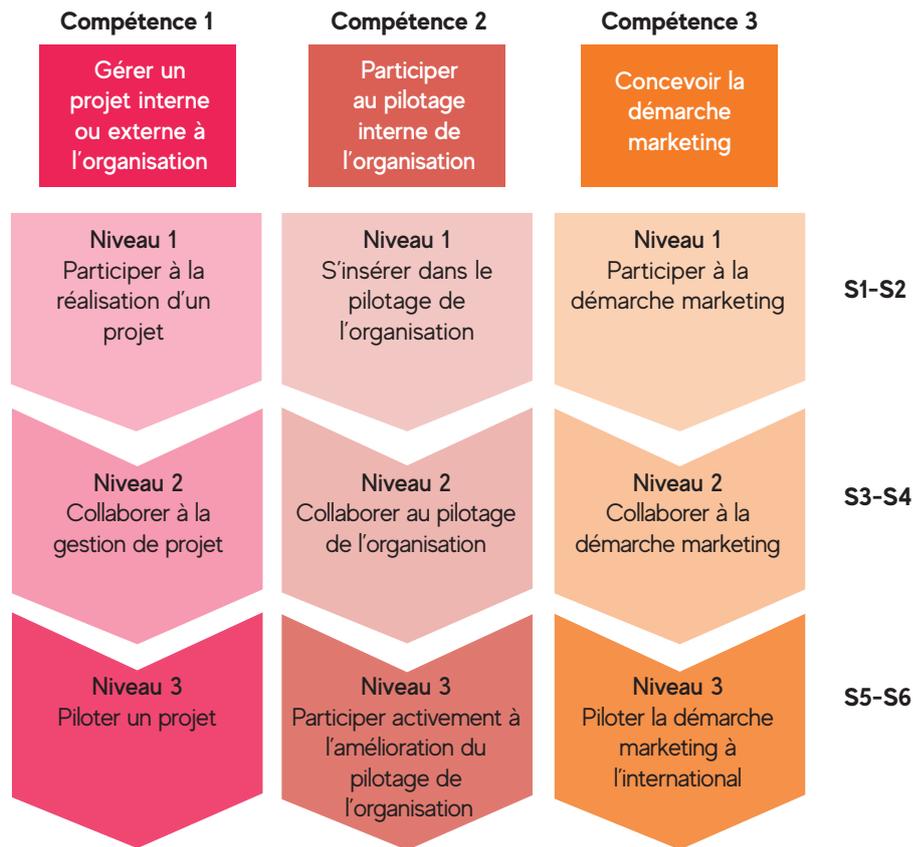
- Stratégie digitale inbound
- Stratégie digitale outbound et indicateurs de performance du marketing digital
- Droit de la communication numérique
- Gestion commerciale, gestion de la data et CRM
- Management de la performance de l'équipe commerciale

Parcours MRPO

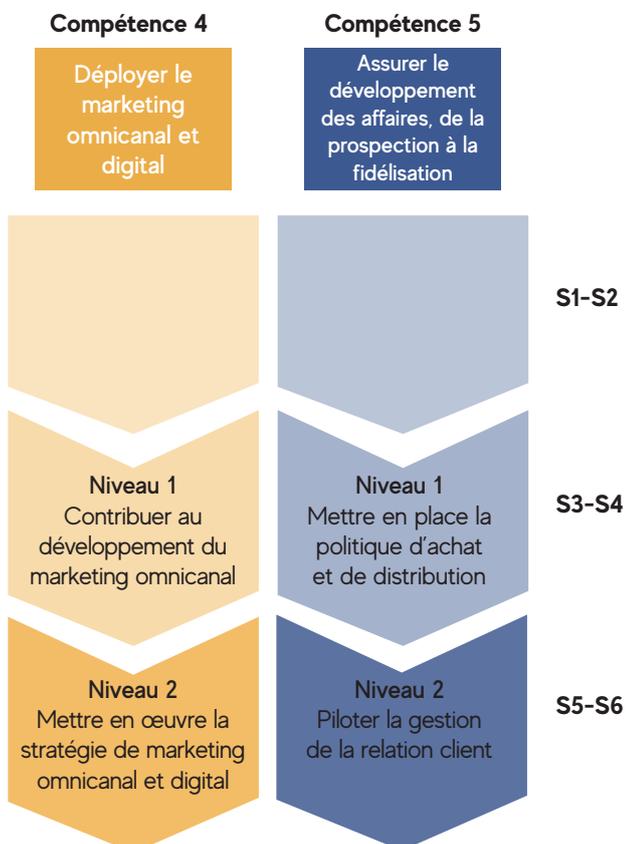
- Reporting et audit
- Management du changement
- Management responsable d'équipe
- Veille et pilotage dans une approche éco-responsable
- Négociation et achat responsable
- Entrepreneuriat et intrapreneuriat responsable - niveau 2



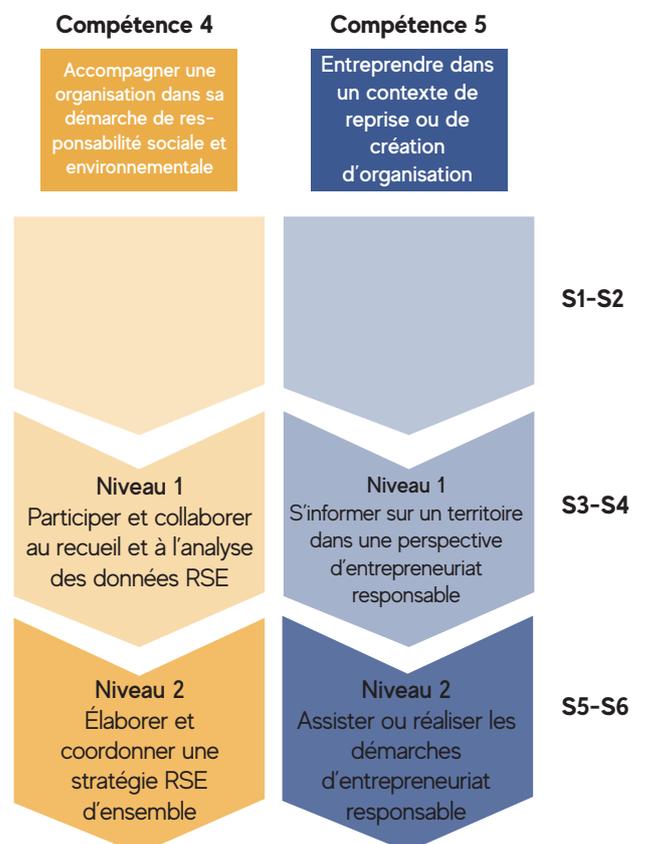
Compétences communes aux deux parcours



Parcours Management commercial et marketing omnicanal (MCMO)



Parcours Responsable de projet et des organisations (MRPO)



■ ■ ■ ACCOMPAGNEMENT

Projet Personnel et Professionnel

Le P.P.P. permet à l'étudiant de se faire une idée précise des métiers de la spécialité et de ce qu'ils nécessitent comme aptitudes personnelles. Il doit amener l'étudiant à mettre en adéquation ses souhaits professionnels immédiats et futurs, ses aspirations personnelles et ses capacités afin de concevoir un parcours de formation cohérent avec le ou les métiers choisis et à devenir acteur de son orientation.

Démarche portfolio

Le portfolio est un point de connexion entre le monde universitaire et le monde socio-économique. Il offre à l'étudiant la possibilité d'engager une démarche de démonstration, progression, évaluation et valorisation des compétences qu'il acquiert tout au long de son cursus. La démarche portfolio est un processus continu d'autoévaluation durant lequel l'étudiant est accompagné par l'ensemble de l'équipe pédagogique.

Projet Voltaire

Sur la base du volontariat, les étudiants qui ont des lacunes en français peuvent bénéficier d'une application qui va leur permettre d'acquérir les règles qu'ils maîtrisent mal.

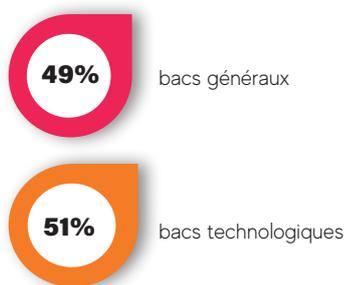
STATISTIQUES

Dossiers classés (en 2021)



60% des dossiers des candidats de bacs technologiques et 70% des dossiers des candidats d'autres bacs ont été classés.

Inscrits en B.U.T. (en 2021)



Les étudiants sont encouragés à effectuer une partie de leur formation à l'étranger dans le cadre d'un semestre d'études dans l'une de nos universités partenaires ou d'un stage en entreprise.



Dijon



En 2021 :
2 506 dossiers
pour 84 places



Droits de scolarité
170 € (2022-23)
**Cotisation vie étudiante
et de campus (CVEC)**
95 € (2022-23)



22 à 26 semaines
de stage sur les 3
années.



Par semaine :
30h de cours
+ 7h de travail personnel
en moyenne

■ ■ ■ MISES EN SITUATION PROFESSIONNELLE

Stages

Les étudiants accomplissent pendant leur formation **10 à 12 semaines de stage sur les 4 premiers semestres**, puis **12 à 14 semaines sur la dernière année** (dans la limite de 26 semaines pour l'ensemble du B.U.T.). Chaque stage donne lieu à la rédaction d'un rapport qui doit être présenté lors d'une soutenance.

Les stages peuvent être effectués à l'étranger.

Situations d'Apprentissage et d'Évaluation (SAÉ)

Parties intégrantes de la formation, elles offrent la possibilité d'expérimenter des situations professionnelles, individuellement ou en groupes, en autonomie encadrée, sur des thématiques métiers, par exemple :

- Établir le diagnostic marketing d'une organisation
- Formaliser le projet d'une organisation
- Mener une étude concurrentielle

Jeu d'entreprise permettant de simuler la création et la gestion d'une entreprise afin de mettre en œuvre les compétences acquises en matière économique, commerciale, financière...