

mention **TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION (TC)**

Parcours **Marketing Digital, E-Business et Entrepreneuriat (MDEBE)** •
Business International : Achat et Vente (BIAV)
Business Développement et Management de la Relation Client (BDMRC)

BUT
CONTRÔLÉ
PAR L'ÉTAT

◆ Accessible en alternance

OBJECTIFS

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**.

CONTACTS

Secrétariat

Tél. 03 86 49 28 30

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

Alternance

SEFCA

alternance-iut@u-bourgogne.fr

ADMISSION SUR DOSSIER

Pour les titulaires

- d'un baccalauréat général ou technologique (STMG ou STI2D)
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 3 parcours de B.U.T. TC

Conduire les actions marketing

- Analyser avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers
- Évaluer de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché
- Quantifier la demande en appréciant le comportement du consommateur
- Analyser avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise
- Élaborer un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents
- Adopter une posture citoyenne, éthique et écologique

Vendre une offre commerciale

- Respecter l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique
- Élaborer les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation
- Utiliser de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation
- Prospecter à l'aide d'outils adaptés
- Adapter sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale

Communiquer l'offre commerciale

- Élaborer une stratégie de communication en cohérence avec le mix
- Utiliser les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation
- Produire des supports de communication efficaces et qualitatifs
- Respecter la réglementation en vigueur

Compétences spécifiques au parcours BDMRC

Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation

- Identifier les opportunités de développement les plus porteuses
- Manager efficacement les équipes commerciales
- Élaborer une offre adaptée au contexte sectoriel du client

Manager la relation client

- Développer une culture partagée de service client
- Piloter la satisfaction et l'expérience client tout au long du parcours dans une perspective durable
- Valoriser le portefeuille client par l'exploitation des données client dans le respect de la réglementation

Compétences spécifiques au parcours MDEBE

Gérer une activité digitale

- Sélectionner les outils pertinents de recueil, traitement et analyse des données de masse
- Développer une stratégie marketing digitale performante
- Piloter efficacement une offre digitale
- Optimiser la relation client digitalisée
- Assurer une logistique performante du e-commerce

Développer un projet e-business

- Élaborer le document du modèle d'affaires décrivant la création et le partage de la valeur
- Développer une vision stratégique partagée
- Analyser de façon pertinente des documents et indicateurs financiers
- Analyser d'un point de vue quantitatif et qualitatif les environnements spécifiques pour réussir un projet digital
- Mobiliser des techniques adéquates pour passer de la créativité à l'innovation
- S'intégrer facilement dans un projet collectif

Compétences spécifiques au parcours BIAV

Formuler une stratégie de commerce à l'international

- Analyser la capacité de l'entreprise à s'internationaliser en vue de développer son activité d'import/export
- Évaluer l'environnement international afin d'identifier des opportunités à l'import et à l'export
- Sélectionner le ou les marchés les plus performants pour l'entreprise

Piloter les opérations à l'international

- Utiliser les outils adaptés aux achats à l'international
- Adapter la chaîne logistique à la stratégie commerciale à l'international
- Piloter des opérations d'import-export de façon performante
- Développer une politique marketing adaptée au contexte international

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

- Ressources et culture numérique
- Environnement juridique de l'entreprise, Environnement économique de l'entreprise
- Expression, communication, culture, Anglais du commerce, Langue B du commerce, PPP
- Techniques quantitatives et représentations
- Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur
- Études marketing
- Rôle et organisation de l'entreprise sur son marché
- Initiation à la conduite de projet, Gestion et conduite de projet
- Éléments financiers de l'entreprise
- Fondamentaux de la vente
- Fondamentaux de la communication commerciale, Moyens de la communication commerciale
- Coûts, marges et prix d'une offre simple
- Relations contractuelles commerciales
- Marketing mix
- Connaissance des canaux de commercialisation et de distribution
- Prospection et négociation
- Psychologie sociale

Deuxième année

Tronc commun

- Marketing mix
- Études marketing, Stratégie marketing
- Environnement économique international
- Droit des activités commerciales
- Droit du travail
- Techniques quantitatives et représentations
- Tableau de bord commercial
- Psychologie sociale du travail
- Expression, communication, culture, Anglais du commerce, Langue B du commerce, PPP
- Ressources et culture numériques
- Entretien de vente
- Principes de la communication digitale
- Négociation : rôle du vendeur et de l'acheteur
- Conception d'une campagne de communication

Parcours MDEBE

- Stratégie de marketing digital
- Créativité et innovation
- Conduite de projet digital
- Stratégie e-commerce
- Business model

Parcours BIAV

- Stratégie et veille à l'international
- Marketing et vente à l'international
- Stratégie achats
- Management interculturel
- Techniques du commerce international

Parcours BDMRC

- Marketing
- Fondamentaux de la relation client
- Fondamentaux du management de l'équipe commerciale
- Relation client omnicanal

Troisième année

Tronc commun

- Stratégie d'entreprise
- Négocier dans des contextes spécifiques
- Financement et régulation de l'économie
- Droit des activités commerciales
- Analyse financière
- Expression, communication, culture, Anglais du commerce, Langue B du commerce, PPP

Parcours MDEBE

- Ressources et culture numériques appliquées au marketing digital, à l'e-business et à l'entrepreneuriat
- Management de la créativité et de l'innovation
- Référencement
- Stratégie social media et e-CRM
- Business model
- Stratégie de contenu et rédaction web
- Logistique et supply chain
- Trafic management - analyse d'audience
- Formalisation et sécurisation d'un business model

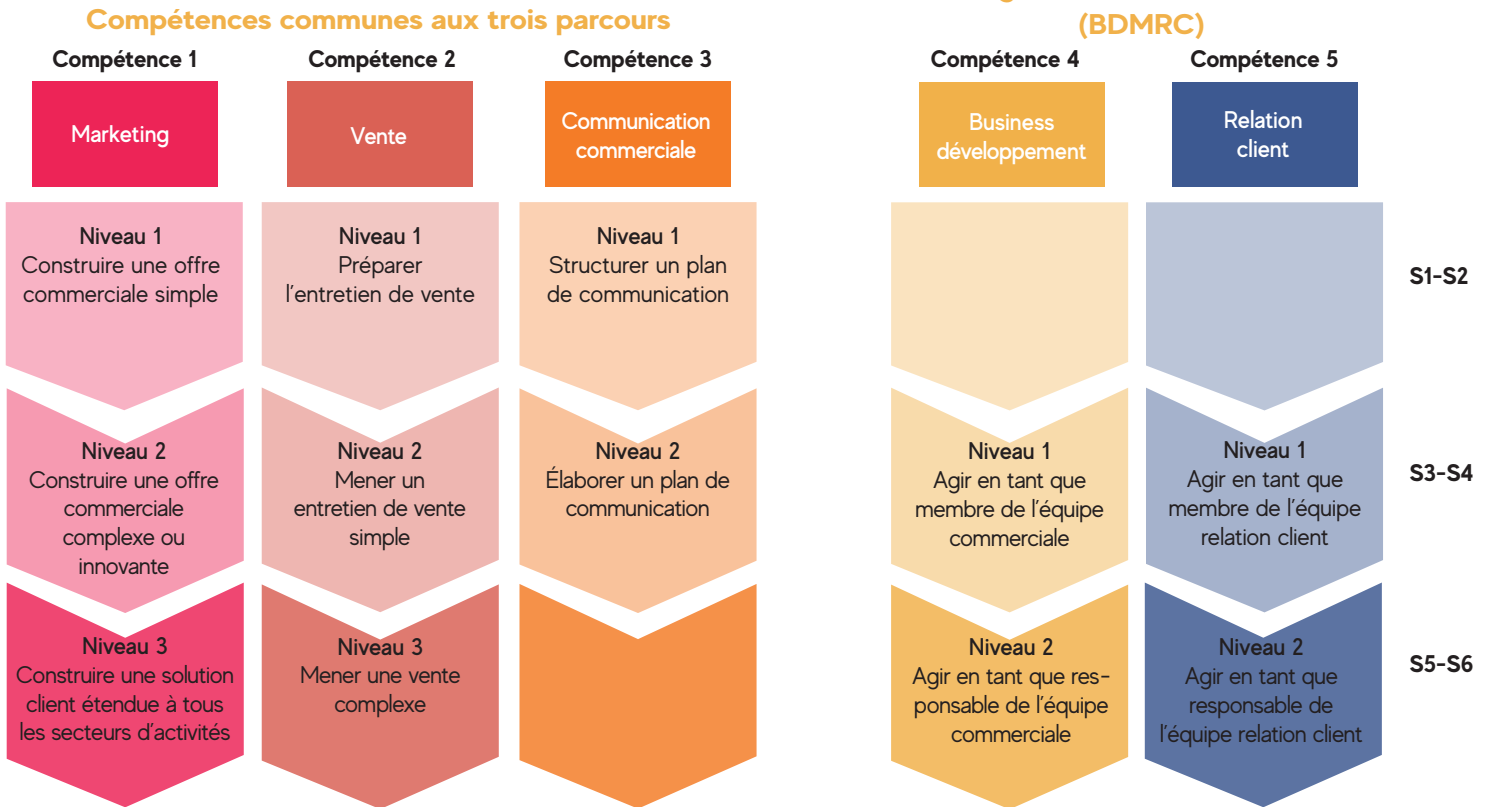
Parcours BIAV

- Ressources et culture numériques appliquées au business international, achat et vente
- Approvisionnements
- Techniques du commerce international
- Droit international
- Logistique et supply chain
- Marketing achat
- Anglais appliqué au business international, Langue B appliquée au commerce international

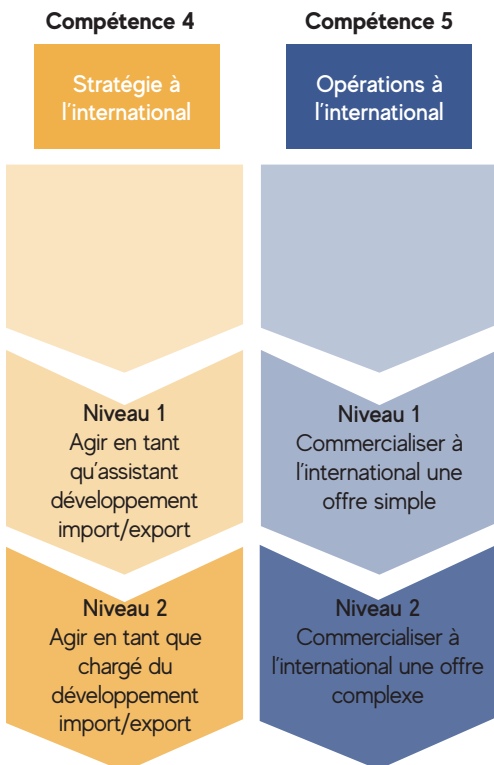
Parcours BDMRC

- Ressources et cultures numériques appliquées au business développement et au management de la relation client
- Développement des pratiques managériales
- Management de la valeur client
- Marketing des services
- Pilotage de l'équipe commerciale
- Management des comptes-clés
- Nouveaux comportements des clients

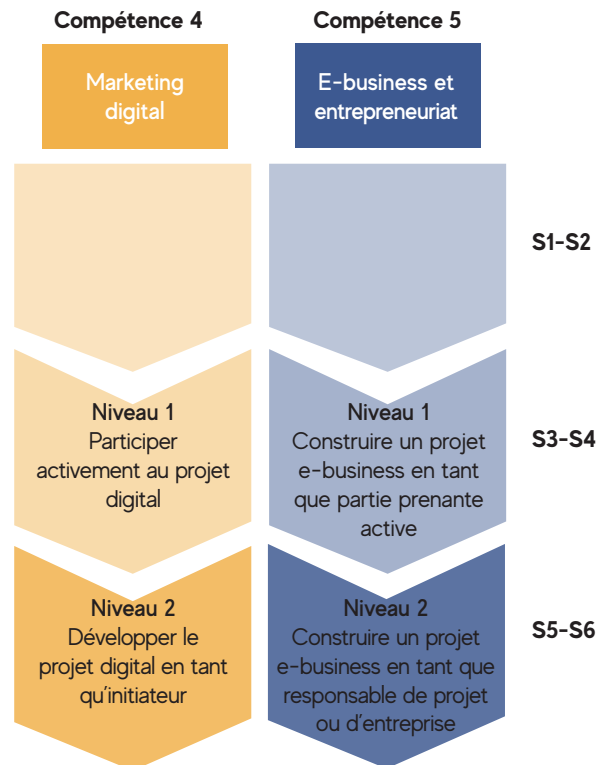
Parcours Business développement et management de la relation client (BDMRC)



Parcours Business international : achat et vente (BIAV)



Parcours Marketing digital, e-business et entrepreneuriat (MDEBE)



II 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

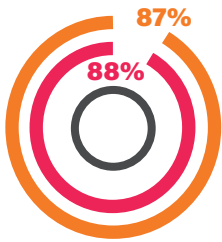
Le portfolio est un point de connexion entre le monde universitaire et le monde socio-économique. Il offre à l'étudiant la possibilité d'engager une démarche de démonstration, progression, évaluation et valorisation des compétences qu'il acquiert tout au long de son cursus. La démarche portfolio est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

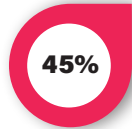
Dossiers classés (en 2021)



87% des dossiers des candidats de bacs technologiques et 88% des dossiers des candidats d'autres bacs ont été classés.

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

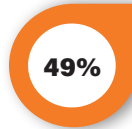
Formation temps plein (FTP)



Formation en alternance (FA)



bacs généraux



bacs technologiques

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 40 universités partenaires ou d'un stage en entreprise. Le département TC accueille des professeurs étrangers qui viennent enseigner en langue étrangère au sein des disciplines de la spécialité.



Auxerre



En 2021 :
1 308 dossiers
pour 112 places



Droits de scolarité
170 € (2022-23)
Cotisation vie étudiante et de campus (CVEC)
95 € (2022-23)
À noter : en alternance, les droits sont pris en charge par l'employeur.



Alternance possible
dès la 1^{ère} année.



Par semaine :
30h
+ 5h de travail
personnel

III MISES EN SITUATION PROFESSIONNELLE

Stages ou alternance

Les étudiants en formation temps plein 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 :

- Réalisation des outils de communication pour une PME
- Étude de marché pour une marque de sneakers
- Gestion d'un portefeuille clients / prospection-vente