



# TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

SPECIALITÉ

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

## PARCOURS ET DÉBOUCHÉS

Les étudiants suivent tous la même formation en 1ère année de B.U.T. (accessible en formation initiale ou en alternance) et se spécialisent à partir de la 2ème année de B.U.T. en rejoignant l'un des cinq parcours suivants :

- ▶ **PARCOURS MARKETING DIGITAL, E-BUSINESS ET ENTREPRENEURIAT (MD2E)** : il forme aux activités commerciales digitales en développant des compétences dans le pilotage et la gestion et dans le développement de projet commercial digital pouvant mener à la création d'une start-up. *Débouchés : métiers du marketing digital, du e-business au sein de tout type d'organisation et les métiers de l'entrepreneuriat.* (B.U.T. 2 & 3 : en alternance uniquement)
- ▶ **PARCOURS BUSINESS INTERNATIONAL : ACHAT ET VENTE (BIAV)** : il forme au marketing et au commerce en développant des compétences stratégiques et opérationnelles dans un contexte international. *Débouchés : métiers du commerce international quelle que soit l'organisation intégrée.* (B.U.T. 2 : en FI uniquement / B.U.T. 3 : en FI ou en alternance)
- ▶ **PARCOURS MARKETING ET MANAGEMENT DU POINT DE VENTE (2MPV)** : il forme à la gestion de l'espace de vente en axant sur les trois dimensions majeures du management du point de vente, la fonction d'animation d'équipe, de pilotage de l'espace de vente et le management de l'expérience client. *Débouchés : métiers de la distribution dans tout type de point de vente.* (B.U.T. 2 & 3 en alternance uniquement)
- ▶ **PARCOURS BUSINESS DÉVELOPPEMENT ET MANAGEMENT DE LA RELATION CLIENT (BDRC)** : il forme au développement de l'activité commerciale en environnement interentreprises en veillant à la satisfaction client pour bâtir une relation durable. *Débouchés : développement d'affaires et management de la relation client en environnement interentreprises (business-to-business).* (B.U.T. 2 & 3 : en FI ou en en alternance)
- ▶ **PARCOURS STRATÉGIE DE MARQUE ET ÉVÉNEMENTIEL (SME)** : il forme au rayonnement et à la valorisation de la marque et apporte des compétences dans le pilotage et la réalisation des projets événementiels. *Débouchés : métiers du management de la marque et de l'événementiel dans tout type d'organisation.* (B.U.T. 2 : en FI uniquement / B.U.T. 3 : en FI ou en alternance)

## ORGANISATION DE LA FORMATION

La formation se déroule en **6 semestres** pour un volume horaire de 1 800 heures.

Les **enseignements** sont dispensés sous la forme de :

- Ressources (cours) : **travaux dirigés, travaux pratiques et cours magistraux**
- SAÉ (Situation d'Apprentissage et d'Évaluation) : **travaux en autonomie et projets tutorés**

Ces connaissances théoriques et ces mises en pratique permettent à l'étudiant d'acquérir des **compétences** pour développer des **qualifications professionnelles** nécessaires aux métiers visés.

La formation accorde une large place à l'expérience professionnelle grâce à la réalisation de 3 **stages en entreprise** et de **projets tutorés de groupes**.

L'enseignement est assuré par des **enseignants de l'université** et par des **intervenants issus du monde professionnel**. Il est apprécié par un **contrôle continu** pour chaque semestre.



**ALTERNANCE**  
proposée dès  
la 1<sup>ère</sup> année



**STAGES**  
26 semaines  
réparties  
sur 3 ans

## ADMISSION

La formation s'adresse aux bacheliers ou titulaires d'un diplôme équivalent. Elle est ouverte aux **bacheliers généraux** (*spécialités adaptées : sciences économiques, mathématiques, histoire, géographie et sciences politiques, langues, littératures et cultures étrangères, numérique et sciences informatiques*) et aux **bacheliers technologiques** (*spécialités adaptées : STMG*).

L'admission est prononcée par un jury, après examen du **dossier de candidature** (*Parcoursup*), prenant notamment en compte les notes obtenues et les appréciations des classes de première et de terminale ainsi que le projet de formation (lettre de motivation).

## PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

(Sous réserve de modifications - ce descriptif n'est ni exhaustif ni contractuel, il donne un aperçu du contenu de la formation)

### RESSOURCES

- Environnement économique, juridique et financier de l'entreprise, droit du travail et des activités commerciales
- Expression, communication et culture, psychologie sociale
- Communication commerciale et digitale
- Vente, entretien de vente, prospection et négociation
- Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur, marketing mix, stratégie marketing
- Langues vivantes appliquées au commerce
- Conduite de projet, Projet Personnel Professionnel
- Ressources et culture numériques
- Rôle et organisation de l'entreprise sur son marché
- Canaux de commercialisation et distribution
- Coûts, marges et prix d'une offre simple
- Relations contractuelles commerciales
- Techniques quantitatives et représentations
- Stratégie d'entreprise

### SAÉ

- Communication commerciale : création d'un support print, d'un plan de communication commerciale
- Marketing : positionnement d'une offre simple sur le marché, marketing mix
- Vente : démarche de prospection, initiation au jeu de rôle de négociation
- Conception d'un projet déployant les techniques de commercialisation
- Pilotage d'un projet en déployant les techniques de commercialisation
- Evaluation de la performance d'un projet en déployant les techniques de commercialisation
- Pilotage commercial d'une organisation
- Portfolio
- Stages

TRONC COMMUN

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES ET SPÉCIFICITÉS

**parcours marketing digital, e-business et entrepreneuriat**

- ▶ marketing digital
- ▶ e-business et entrepreneuriat

enseignements spécifiques : stratégie de marketing digital et e-commerce, business model, créativité et innovation, conduite de projet digital, création d'entreprise digitale et de site internet

**parcours business développement et management de la relation client**

- ▶ business développement
- ▶ relation client

enseignements spécifiques : marketing B2B, relation client, management d'équipe commerciale, création ou reprise d'entreprise, expertise commerciale, élaboration d'un plan d'action commercial et relationnel

**parcours stratégie de marque et événementiel**

- ▶ branding
- ▶ manager un projet événementiel

enseignements spécifiques : marketing événementiel, communication de marque, relations publiques et relations presse, organisation et logistique, gestion commerciale, création d'entreprise et d'événement

**parcours business international : achat et vente**

- ▶ stratégie à l'international
- ▶ opérations à l'international

enseignements spécifiques : stratégie, veille, marketing, vente, développement de l'offre, techniques du commerce à l'international, stratégie achats, création d'entreprise à l'international et étude des marchés à l'étranger

**parcours marketing et management du point de vente**

- ▶ management d'équipe commerciale
- ▶ retail marketing

enseignements spécifiques : management de la performance des équipes et de l'expérience client, démarche d'implantation et d'ouverture, analyse et amélioration du fonctionnement, marketing du point de vente, merchandising

À l'issue du B.U.T. TC, les compétences professionnelles acquises permettent de **s'insérer professionnellement** mais également de **poursuivre des études** : écoles de commerce, masters (marketing, finance, achats ...).

service communication - IUT Nancy-Charlemagne - 2023



Département TC  
2 ter boulevard Charlemagne - 54000 NANCY  
Tél : 03 72 74 34 20 / 21  
Mail : iutnc-tc-admin@univ-lorraine.fr