



PRÉ-REQUIS

Sont admissibles : les étudiants qui ont validé les compétences nécessaires à leur passage du BUT 2 au BUT 3 en techniques de commercialisation, les étudiants venant d'autres cursus dont la demande d'équivalences a été acceptée et/ou qui auront reçu un avis favorable de la commission d'admission « passerelle » ou commission ad hoc.



CONDITION D'ADMISSION

Dossier à remettre au responsable pédagogique et validation de la deuxième année de BUT TC.

Métiers visés

Les diplômés exerceront les métiers de Brand management et de l'événementiel.

- Brand identity manager
- Responsable / Coordinateur de marque
- Activateur de marque
- Chargé de communication produit
- Chargé de projet événementiel
- Responsable de service mécénat, partenariat, programmation culturelle
- Chargé de communication
- Assistant Content Manager
- Assistant chef de produit

Entreprises partenaires

MGEN, Carrefour, Mon Blason, Klapoti, Auto Distribution, MesDépanneurs.fr, Société Générale, BNP, Mairie de Massy, ...

COMMERCE – COMMUNICATION
MANAGEMENT – MARKETING

BAC +3

COMMERCE – COMMUNICATION
MANAGEMENT – MARKETING
BUT TC SME



CONTACTS

Contacts filière

Ghofrane GHARIANI-GAILLARD
ghofrane.ghariani-gaillard@universite-paris-saclay.fr

Secrétariat :
Valérie LHOSTE
valerie.lhoste@universite-paris-saclay.fr

Contacts CFA UNION

Pour toute information concernant l'apprentissage
et les conditions du contrat :
www.cfa-union.org

BACHELOR UNIVERSITAIRE DE TECHNOLOGIE

TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION : STRATÉGIE DE MARQUE ET ÉVÉNEMENTIEL

Conception : SandrineDorsemaine.com - Jan. 2024

université
PARIS-SACLAY
IUT DE SCEAUX



CFA
UNION

www.cfa-union.org

CFA
UNION



LIEU DE LA FORMATION

IUT de Sceaux
8 avenue Cauchy
91170 SCEAUX
www.iut-sceaux.universite-paris-saclay.fr



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation forme de futurs cadres intermédiaires capables d'intervenir dans toutes les étapes de la commercialisation d'un bien ou d'un service.

Le parcours « Stratégie de marque et événementiel formant aux métiers du management de la marque » vise à former les étudiants en développant leurs compétences dans la valorisation de la marque, à travers l'élaboration de contenus pour une marque et le suivi des relations médias, publiques et presse [élaborer une identité de marque] d'une part et en développant leurs compétences dans le pilotage et la gestion des projets événementiels.



RYTHME DE L'ALTERNANCE

1 an. Volume horaire à l'IUT : 416 heures.

Rythme d'alternance :

1 semaine IUT/1 semaine entreprise

Pour plus d'informations
sur le financement de nos formations

www.cfa-union.org
<http://site.cfa-union.org/pages/financement>



BAC +3 - BUT 3 TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION STRATÉGIE DE MARQUE ET ÉVÉNEMENTIEL

BUT TC SME



TYPE DE CONTRAT

Contrat d'apprentissage

Contrat de professionnalisation

Condition d'accueil et d'accès des publics en situation de Handicap. Pour plus d'informations : <http://site.cfa-union.org/pages/handicap>

PROGRAMME DE LA FORMATION

SEMESTRE 5	Marketing : Conduire les actions marketing Vente : Vendre une offre commerciale Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale Branding : Élaborer l'identité d'une marque Événementiel : Manager un projet événementiel	292 h
SEMESTRE 6	Marketing : Conduire les actions marketing Vente : Vendre une offre commerciale Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale Branding : Élaborer l'identité d'une marque Événementiel : Manager un projet événementiel	124 h
TOTAL		416 h