



## PRÉ-REQUIS

Peuvent déposer une candidature : les titulaires du baccalauréat général et technologique. Candidature possible pour les réorientations après une année ou plus dans le supérieur.



## CONDITION D'ADMISSION

Candidature sur <https://ecandidat.parisnanterre.fr>

Modalités : Admission définitive soumise à la signature d'un contrat d'apprentissage.

### 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

### Secteurs d'activités :

Tout secteurs dès lors qu'il existe un service commercial, Marketing, ou communication :

Grands groupes internationaux / Entreprises nationales / PME / Start-up / Secteur Économie digitale / Administration / Banque / Assurance / Distribution / Industries Créatives / Services aux entreprises / Immobilier / Entrepreneuriat

### Entreprises partenaires

Air France, Dassault, Safran, MBDA, Thalès, Segula, EDF, Bertrandt, Cap Gemini, Enedis, Emitech, Stellantis, Enedis, Eiffage, Tunzini, LNE, LCIE, Sopemea, ONERA, Université, Ministères, Mairie de Paris, CEA, CNRS, Renault, Rhode & Schwarz, Aéroport de Paris, SNCF, ...

COMMERCE – COMMUNICATION  
MANAGEMENT – MARKETING

BAC +3

COMMERCE – COMMUNICATION  
MANAGEMENT – MARKETING  
BUT TC SME Nanterre

## BACHELOR UNIVERSITAIRE DE TECHNOLOGIE

## TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION : STRATÉGIE DE MARQUE ET ÉVÉNEMENTIEL



### CONTACTS

#### Contacts filière

Responsable de la formation :  
Marc JAILLOT  
[direction-tc@liste.parisnanterre.fr](mailto:direction-tc@liste.parisnanterre.fr)

Secrétariat :  
[secretariat-tc@liste.parisnanterre.fr](mailto:secretariat-tc@liste.parisnanterre.fr)

#### Contacts CFA UNION

Pour toute information concernant l'apprentissage  
et les conditions du contrat :  
[www.cfa-union.org](http://www.cfa-union.org)

Version Décembre 2024



CFA  
UNION

[www.cfa-union.org](http://www.cfa-union.org)

CFA  
UNION



## LIEU DE LA FORMATION

Campus Universitaire de Nanterre  
200 Avenue de la République  
92000, NANTERRE  
<https://cva.parisnanterre.fr/>

BAC +3 - BUT 3

## TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION STRATÉGIE DE MARQUE ET ÉVÉNEMENTIEL

BUT TC SME Nanterre



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 : <https://site.cfa-union.org/pages/handicap>



## 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 » amèneront les diplômés à exercer les métiers du management de la marque et de l'événementiel dans tout type d'organisation. Ils contribueront au rayonnement de la marque, à sa valorisation et apporteront leurs compétences dans le pilotage et la réalisation des projets événementiels.



## RYTHME DE L'ALTERNANCE

1 an. Volume horaire à l'IUT : 440 heures.

**Rythme d'alternance :**

2 jours à l'IUT / 3 jours en entreprise avec des semaines complètes en entreprise

Pour plus d'informations  
sur le financement de nos formations

[www.cfa-union.org](http://www.cfa-union.org)  
<https://site.cfa-union.org/pages/financement>



## PROGRAMME DE LA FORMATION

Compétences		
Tronc commun	Marketing	<p><b>Conduire les actions marketing :</b></p> <p>En analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers</p> <p>En évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché</p> <p>En quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur</p> <p>En analysant avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise</p> <p>En élaborant un mixte adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents</p> <p>En adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique</p>
	Vente	<p><b>Vendre une offre commerciale :</b></p> <p>En respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique</p> <p>En élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation</p> <p>En utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation</p> <p>En prospectant à l'aide d'outils adaptés</p> <p>En adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale</p>
	Communication commerciale	<p><b>Communiquer l'offre commerciale :</b></p> <p>En élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix</p> <p>En utilisant les outils de la communication commerciale adapté à la demande et aux contraintes de l'organisation</p> <p>En produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs</p> <p>En respectant la réglementation en vigueur</p>
Parcours SME	Branding	<p><b>Élaborer l'identité d'une marque :</b></p> <p>En analysant de manière pertinente l'image et les territoires de la marque</p> <p>En déterminant judicieusement les valeurs et composantes essentielles de la marque</p> <p>En mettant en place des actions pour valoriser l'image de marque</p> <p>En mesurant correctement l'efficacité de marque (image voulue, image perçue)</p>
	Événementiel	<p><b>Manager un projet événementiel :</b></p> <p>En s'adaptant aux besoins du commanditaire de manière optimale</p> <p>En utilisant efficacement les outils de gestion de projet et de management d'équipe</p> <p>En mettant en œuvre des outils de communication et de commercialisation adaptés</p> <p>En respectant les contraintes juridiques, budgétaires et logistiques</p>