

BUT Techniques de Commercialisation

Code diplôme : 25131202

CFA UNION
8 boulevard Dubreuil 91400 ORSAY
www.cfa-union.org

Mobilité internationale du CFA UNION



SOMMAIRE

Vos contacts	P.2
Les dates clefs de la formation	P.3
Présentation du diplôme	
➤ Objectifs de la formation	P.4
➤ Compétences acquises	P.6
➤ Modalités d'organisation	P.7
➤ Modalités d'évaluation du diplôme	P.9
➤ Durée de la formation	P.8
➤ Le programme	P.10
➤ Le calendrier d'alternance	P.11
➤ Les moyens humains	P.12
Fiche RNCP	P.12

VOS CONTACTS

♦ Contacts Pédagogiques

Responsable de la formation 1ère et 2e années : Barbara Rousseau
barbara.rousseau@uvsq.fr

Tél. : 01. 39. 25. 58. 76

Responsable de la formation 3e année : Christine Brun
christine.brun@uvsq.fr

Chargée des relations entreprises : Caroline Burnichon
caroline.burnichon@uvsq.fr
Tél. : 06.18.04. 69.92

Secrétariat pédagogique : Annie Claude Hervy-Clinard
secretariat.tc@iut-velizy.uvsq.fr
Tél. : 01.39.25.58.50

Lieu de la formation : IUT de Vélizy-Rambouillet
19, allée des Vignes - 78120 Rambouillet

♦ Contacts CFA

Conseiller formation : gestionnaire contrat d'apprentissage
yasmina LARGERON
yasmina.largeron@cfa-union.org

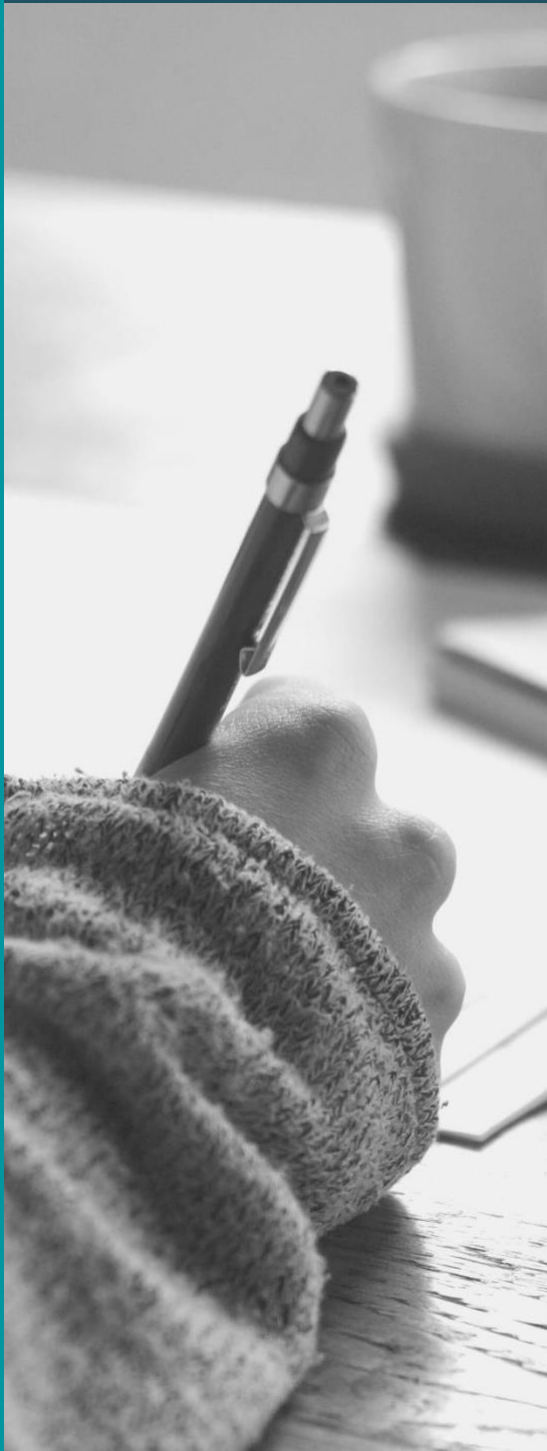
Service financier : Hanane AABOU
hanane.aabou@cfa-union.org

Référent handicap : Anna TOTH

anna.toth@cfa-union.org

Adresse postale :

CFA UNION – 8 boulevard Dubreuil – 91400 ORSAY



DATES CLEFS DE LA FORMATION

**Recrutement : Parcoursup.
Examen des dossiers + entretien**

Date de la formation :
01/09/2023 au 31/08/2026

Réunion d'information destinée
aux futurs apprentis :
23/05/2023

Date de la rentrée universitaire : 01/09/2023



Présentation du diplôme

➤ Objectifs de la formation

Le Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation (BUT 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.

Ce diplôme d'une durée de trois ans confère aux étudiants le grade de licence, soit 180 ECTS. Dès la 2^e année, les étudiants de cette formation en apprentissage intègrent le parcours Business Développement Management de la Relation Client (BDMRC).

Grâce à l'approche par compétences (l'APC), la pédagogie, innovante, laisse une grande place aux projets et aux mises en situation professionnelle.

◆ Recrutement

Le recrutement est géré par la plateforme Parcoursup. Les candidats sont retenus à l'issue de l'examen des dossiers et sur entretien. L'admission définitive est soumise à l'obtention d'un contrat d'apprentissage pour une durée de trois ans.

Les compétences essentielles de la formation sont :

le marketing - Conduire les actions marketing
la vente - Vendre une offre commerciale
la communication - Communiquer l'offre commerciale

Dès la 2^e année, deux autres compétences s'ajoutent aux trois susmentionnées :

Participer à la stratégie marketing et commerciale d'une organisation
Manager la relation client



◆ Missions types

Durant leur formation, les étudiants mèneront des missions variées et évolutives telles que :

- Développement du portefeuille clients,
- Prospection (téléphonique, physique ...),
- Réalisation de rdv clients,
- Fidélisation client, gestion de la relation client,
- Participation à la stratégie marketing commerciale,
- Participation aux opérations commerciales,
- Préparation d'outils d'aide à la vente,
- Qualification de fichiers, CRM
- Etc.

Le parcours business développement et management de la relation client vise à former au développement de l'activité commerciale tout en veillant à la satisfaction client pour bâtir une relation durable. Les diplômés contribueront au développement d'affaires et au management de la relation client dans tout type d'organisation.

◆ Les métiers visés à l'issue de la formation sont variés

- Commercial,
- Technico-commercial,
- Chargé de clientèle professionnelle/privée (service/banque/assurance),
- Responsable d'agence,
- Chef de secteur,
- Assistant commercial,
- Assistant export,
- Assistant achat,
- Chargé de marketing opérationnel,
- Responsable avant-vente,
- Responsable de service après-vente,
- Responsable des ventes,
- Responsable marketing direct,
- Responsable de la relation client,
- Téléconseiller professionnel,
- Business développeur
- Etc.

➤ **Les compétences attestées :**

• **Conduire des actions marketing :**

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

• **Vendre une offre commerciale :**

- en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique.
- en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation
- en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation
- en prospectant à l'aide d'outils adaptés -en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale.

• **Communiquer sur l'offre commerciale :**

- en élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix
- en utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation
- en produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs
- en respectant la réglementation en vigueur.

• **Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation :**

- en identifiant les opportunités de développement les plus prometteuses
- en manquant efficacement les équipes commerciales
- en élaborant une offre adaptée au contexte sectoriel du client.

• **Manager la relation client :**

- en développant une culture partagée de service client
- en pilotant la satisfaction et l'expérience client tout au long du parcours dans une perspective durable
- en valorisant le portefeuille client par l'exploitation des données client dans le respect de la réglementation.

➤ Modalités d'organisation de la formation

Alternance d'une semaine en entreprise / une semaine en centre de formation (hors périodes de vacances scolaires qui sont prioritairement des semaines en entreprise et hors congés légaux ou jours chômés). Ce rythme d'alternance inclut 5 jours de révisions minimum sur l'ensemble de la formation en alternance. Il est susceptible de modifications à la marge.

La formation s'organise autour de 6 semestres

Semestre 1

Semestre 1 - Formation par apprentissage BUT Techniques de Commercialisation (TC)		SAE				Ressources															TOTAL Coefficient	ECTS						
		TC1SA01	TC1SA02	TC1SA03	TC1P0R	TC1R01	TC1R02	TC1R03	TC1R04	TC1R05	TC1R06	TC1R07	TC1R08	TC1R09	TC1R10	TC1R11	TC1R12	TC1R13	TC1R14	TC1R15								
UE	Code	Tableau des coefficients				Tableau des coefficients																						
UE 1.1	Conduire les actions marketing	6				6	2			0,5	1	0,5			0,5	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9	10
UE 1.2	Vendre une offre commerciale		6			6		2							1	1		0,5	0,5	0,5	1	1	0,5	0,5	0,5	0,5	8	10
UE 1.3	Communiquer l'offre commerciale			5		5			2	0,5		1	0,5					0,25	1	1	0,5	0,5	0,25	0,25	0,25	7,5	10	
																						30						

Semestre 2

Semestre 2 - Formation par apprentissage BUT Techniques de Commercialisation (TC)		SAE				Ressources															TOTAL Coefficient	ECTS						
		TC2SA01	TC2SA02	TC2SA03	TC2SA04	TC2SA1A	TC2P0R	TC2R01	TC2R02	TC2R03	TC2R04	TC2R05	TC2R06	TC2R07	TC2R08	TC2R09	TC2R10	TC2R11	TC2R12	TC2R13			TC2R14	TC2R15				
UE	Code	Tableau des coefficients				Tableau des coefficients																						
UE 2.1	Conduire les actions marketing	3			1	1	1	6	2			1,5	0,5	0,5	0,5	1		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9	10
UE 2.2	Vendre une offre commerciale		3		1	1	1	6		2			0,5	1	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	8	10
UE 2.3	Communiquer l'offre commerciale			2	1	1	1	5			2		0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	7	10
																						30						

Semestre 3

Semestre 3 - Formation en apprentissage BUT Techniques de Commercialisation (TC) Parcours Business développement et management de la relation client (BDMRC)		SAE				Ressources															TOTAL Coefficient	ECTS					
		TC3SA01A	TC3SA08A	TC3SA09A	TC3P0RA	TC3R01A	TC3R02A	TC3R03A	TC3R04A	TC3R05A	TC3R06A	TC3R07A	TC3R08A	TC3R09A	TC3R10A	TC3R11A	TC3R12A	TC3R13A	TC3R14A	TC3R21A			TC3R22A				
UE	Code	Tableau des coefficients				Tableau des coefficients																					
UE 3.1	Conduire les actions marketing	1	6			7	2,5			1	1	0,5	0,5	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	9,5	7
UE 3.2	Vendre une offre commerciale	1	5			6		2,5				0,5	0,5	0,5		0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	7	7
UE 3.3	Communiquer l'offre commerciale	1	5			6			2,5			0,5	0,5	0,5		0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,25	0,5	0,5	0,5	0,5	6,75	8
UE 3.4	Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation		0,5	4		4,5						0,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,25	3,5			6,75	4	
UE 3.5	Manager la relation client		0,5	4		4,5						0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,25		3,5			6,75	4	
																						30					

Semestre 4

Semestre 4 - Formation en apprentissage BUT Techniques de Commercialisation (TC) Parcours Business développement et management de la relation client (BDMRC)		SAE					Ressources										TOTAL Coefficient	ECTS
		SAE 4.01 - Evaluation de la performance d'un projet en déployant les techniques de commercialisation	SAE 4.02 - Pilotage commercial d'une organisation	SAE 4.BDMRC.03 - Élaboration d'un plan d'actions commercial et relationnel	Stage	Portfolio	R4.01 - Stratégie d'entreprise 1	R4.02 - Négociation: rôle du vendeur et de l'acheteur	R4.03 - Conception d'une campagne de communication	R4.04 - Droit du travail	R4.05 - Anglais appliqué au commerce - 4	R4.06 - LV B appliquée au commerce - 4	R4.07 - Expression, communication, culture 4	R4.08 - PPP - 4	R4.BDMRC.09 - Fondamentaux du management de l'équipe commerciale	R4.BDMRC.10 - Relation client omnicanal		
UE	Code	TC4SA01A	TC4SA02A	TC4SA06A	TC4STAA	TC4PORA	TC4R01A	TC4R02A	TC4R03A	TC4R04A	TC4R05A	TC4R06A	TC4R07A	TC4R08A	TC4R18A	TC4R19A	TOTAL Coefficient	ECTS
UE 4.1	Conduire les actions marketing	1	1		2	0,5	4,5	3,5			0,5	0,5	0,5	0,5			6	6
UE 4.2	Vendre une offre commerciale	1	1		2	0,5	4,5	3,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,25			5,75	6
UE 4.3	Communiquer l'offre commerciale	1	1		2	0,5	4,5		3,5		0,5	0,5	0,5	0,25			5,25	6
UE 4.4	Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation			3	2	0,5	5,5			0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	3		5,5	6
UE 4.5	Manager la relation client			3	2	0,5	5,5			0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		3	5,5	6
																	30	

Semestre 5

Semestre 5 - Formation en apprentissage BUT Techniques de Commercialisation (TC) Parcours Business développement et management de la relation client (BDMRC)		SAE		Ressources														TOTAL Coefficient	ECTS
		SAE 5.BDMRC.01 - Mise en œuvre et pilotage de la stratégie client d'une entreprise	PORTFOLIO - S8	TC5R01A	TC5R02A	TC5R03A	TC5R04A	TC5R05A	TC5R06A	TC5R07A	TC5R08A	TC5R09A	TC5R10A	TC5R11A	TC5R12A	TC5R13A	TC5R14A		
UE	Code	TC5SA04A	TC5PORA	TC5R01A	TC5R02A	TC5R03A	TC5R04A	TC5R05A	TC5R06A	TC5R07A	TC5R08A	TC5R09A	TC5R10A	TC5R11A	TC5R12A	TC5R13A	TC5R14A	TOTAL Coefficient	ECTS
UE 5.1	Conduire les actions marketing	7		7	3		1	1	1	0,5	0,5	0,5	0,5					8	8
UE 5.2	Vendre une offre commerciale	7		7	3		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5					6	8	
UE 5.4	Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	6,5		6,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	2,5			2,5	8,5	7
UE 5.5	Manager la relation client	6,5		6,5		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		2,5	2,5	8,5	7	
																	30		

Semestre 6

Semestre 6 - Formation en apprentissage BUT Techniques de Commercialisation (TC) Parcours Business développement et management de la relation client (BDMRC)		SAE			Ressources						TOTAL Coefficient	ECTS
		STAGE BDMRC - Stage - Business développement et management de la relation client - S8	PORTFOLIO - S8	TOTAL Coefficient	RE.01 - Stratégie d'entreprise - 2	RE.02 - Négocier dans des contextes spécifiques - 2	RE.03 - PPP - 6	RE.BDMRC.03 - Management des comptes-clés (KAM)	RE.BDMRC.04 - Nouveaux comportements des clients			
UE	Code	TC6STAA	TC6PORA	TC6R01A	TC6R02A	TC6R03A	TC6R10A	TC6R11A	TOTAL Coefficient	ECTS		
UE 6.1	Conduire les actions marketing	2	1,5	3,5	2		0,25		2,25	5		
UE 6.2	Vendre une offre commerciale	2	1,5	3,5	2		0,25		2,25	5		
UE 6.4	Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	3	1,5	4,5			0,25	4	4,25	10		
UE 6.5	Manager la relation client	3	1,5	4,5			0,25	4	4,25	10		
										30		

➤ **Modalités d'évaluation et de sanction du diplôme**

Chaque ressource ou SAÉ est évaluée en contrôle continu. La note finale est obtenue par une combinaison d'épreuves écrites et orales (individuelles ou collectives).

➤ **Durée de la formation /an**

BUT 1 : 720H

BUT 2 : 624H

BUT 3 : 576H

Programme simplifié de la formation

BUT 1- 1ère année

Semestre 1	Semestre 2
Ressources	Ressources
Fondamentaux de la communication commerciale Ressources et culture numériques Environnement juridique de l'entreprise Expression, communication et culture Langue A - Anglais du commerce Langue B du commerce Fondamentaux de la vente Techniques quantitatives et représentations Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur Études marketing Environnement économique de l'entreprise Rôle et organisation de l'entreprise sur son marché Initiation à la conduite de projet Éléments financiers de l'entreprise	Moyens de la communication commerciale Gestion et conduite de projet Expression, communication et culture Ressources et culture numériques Coûts, marges et prix d'une offre simple Relations contractuelles commerciales Langue A - Anglais du commerce Langue B du commerce Prospection et négociation Marketing mix Connaissance des canaux de commercialisation et distribution Études marketing Techniques quantitatives et représentations Psychologie sociale PPP
Projets - Mises en situation professionnelle	Projets - Mises en situation professionnelle
SAÉ Marketing SAÉ Vente SAÉ Communication	SAÉ Marketing SAÉ Vente SAÉ Communication SAÉ Portfolio / SAÉ Stage

BUT 2 - 2e année

Semestre 3	Semestre 4
Ressources	Ressources
Principes de la communication digitale Expression, communication, culture Entretien de vente Environnement économique et international Études marketing Gestion prévisionnelle Anglais appliqué au commerce LVB appliquée au commerce Marketing Mix PPP Psychologie sociale du travail Droit des activités commerciales Ressources et cultures numériques Techniques quantitatives et représentations Fondamentaux de la relation client Marketing B2B	Conception d'une campagne de communication Droit du travail Expression, communication, culture Anglais appliqué au commerce LVB appliquée au commerce Stratégie marketing PPP Négociation : rôle du vendeur et de l'acheteur Fondamentaux du management de l'équipe commerciale Relation client omnicanal
Projets - Mises en situation professionnelle	Projets - Mises en situation professionnelle
SAÉ - Démarche de création d'entreprise SAÉ - Piloter un projet en déployant les techniques de commercialisation Portfolio SAÉ - Développer une expertise commerciale	SAÉ - Pilotage commercial d'une organisation SAÉ - Evaluer la performance du projet en déployant les techniques de commercialisation SAÉ - Élaborer un plan d'action commercial et relationnel SAÉ Stage / SAÉ Portfolio

BUT 2 - 3e année

Semestre 5	Semestre 6
Ressources	Ressources
Analyse financière Droit des activités commerciales Expression, communication, culture Financement et régulation de l'économie Anglais appliqué au commerce LVB appliquée au commerce Négocier dans des contextes spécifiques PPP Stratégie d'entreprise Ressources et culture 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	Négocier dans des contextes spécifiques Stratégie d'entreprise PPP Management des comptes-clés (KAM) Nouveaux comportements des clients
Projets - Mises en situation professionnelle	Projets - Mises en situation professionnelle
SAÉ - Mettre en oeuvre et piloter la stratégie client d'une entreprise SAÉ - Portfolio	Stage - Business développement et management de la relation client SAÉ - Portfolio

Calendrier de la formation rentrée 2023-2024

cfaun.n		Formation : BUT TC COM 1ère année																								
Année Universitaire : 2023-2024						1ère année BUT: 720 heures de formation :																				
Date début de formation	01/09/2023																									
Date fin de formation	31/08/2026																									
2023						2024																				
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre													
M01	V01	CFA	D01	M01	FÉRIÉ	V01	ENTREPR L01	FÉRIÉ	J01	ENTREPR	V01	CFA	L01	FÉRIÉ	M01	FÉRIÉ	S01	L01	CFA	J01	ENTREPR	D01				
M02	S02		L02	ENTREPR J02	ENTREPR	S02	M02	ENTREPR	V02	ENTREPR	S02		M02	CFA	J02	ENTREPR	D02	M02	CFA	V02	ENTREPR	L02				
J03	D03		M03	ENTREPR V03	ENTREPR	D03	M03	ENTREPR	S03		D03		M03	CFA	V03	ENTREPR	L03	CFA	M03	CFA	S03		M03			
V04	L04	ENTREPRISE	M04	ENTREPR S04		L04	CFA	J04	ENTREPR	D04		L04	ENTREPR	J04	CFA	S04	M04	CFA	J04	CFA	D04		M04			
S05	M05	ENTREPRISE	J05	ENTREPR D05		M05	CFA	V05	ENTREPR	L05	CFA	M05	ENTREPR	V05	CFA	D05	M05	CFA	V05	CFA	L05	ENTREPR	J05			
D06	M06	ENTREPRISE	V06	ENTREPR L06	CFA	M06	CFA	S06		M06	CFA	M06	ENTREPR	S06		L06	CFA	J06	CFA	S06		M06	ENTREPR	V06		
L07	J07	ENTREPRISE	S07		M07	CFA	J07	CFA	D07		M07	CFA	J07	ENTREPR	D07		M07	CFA	V07	CFA	D07		M07	ENTREPR	S07	
M08	V08	ENTREPRISE	D08		M08	CFA	V08	CFA	L08	CFA	J08	CFA	V08	ENTREPR	L08	ENTREPR	M08	FÉRIÉ	S08		L08	ENTREPR	J08	ENTREPR	D08	
M09	S09		L09	CFA	J09	CFA	S09		M09	CFA	V09	ENTREPR	S09		M09	ENTREPR	J09	FÉRIÉ	D09		M09	ENTREPR	V09	ENTREPR	L09	
J10	D10		M10	CFA	V10	CFA	D10		M10	CFA	S10		D10		M10	ENTREPR	V10	ENTREPR	L10	ENTREPR	S10		M10			
V11	L11	ENTREPRISE	M11	CFA	S11	FÉRIÉ	L11	ENTREPR	J11	CFA	D11		L11	CFA	J11	ENTREPR	S11		M11	ENTREPR	J11	ENTREPR	D11		M11	
S12	M12	ENTREPRISE	J12	CFA	D12		M12	ENTREPR	V12	CFA	L12	CFA	M12	CFA	V12	ENTREPR	D12		M12	ENTREPR	V12	ENTREPR	L12	ENTREPR	J12	
D13	M13	ENTREPRISE	V13	CFA	L13	ENTREPR	M13	ENTREPR	S13		M13	CFA	M13	CFA	S13		L13	ENTREPR	J13	ENTREPR	S13		M13	ENTREPR	V13	
L14	J14	ENTREPRISE	S14		M14	ENTREPR	J14	ENTREPR	D14		M14	CFA	J14	CFA	D14		M14	ENTREPR	V14	ENTREPR	D14		FÉRIÉ	M14	ENTREPR	S14
M15	FÉRIÉ	V15	ENTREPRISE	D15		M15	ENTREPR	V15	ENTREPR	L15	ENTREPR	J15	CFA	V15	CFA	L15	ENTREPR	M15	ENTREPR	S15		L15	ENTREPR	J15	FÉRIÉ	D15
M16	S16		L16	ENTREPR J16	ENTREPR	S16		M16	ENTREPR	V16	CFA	S16		M16	ENTREPR	J16	ENTREPR	D16		M16	ENTREPR	V16		L16		
J17	D17		M17	ENTREPR V17	ENTREPR	D17		M17	ENTREPR	S17		D17		M17	ENTREPR	V17	ENTREPR	L17	CFA	M17	ENTREPR	S17		M17		
V18	L18	CFA	M18	ENTREPR S18		L18	CFA	J18	ENTREPR	D18		L18	ENTREPR	J18	ENTREPR	S18		M18	CFA	J18	ENTREPR	D18		M18		
S19	M19	CFA	J19	ENTREPR D19		M19	CFA	V19	ENTREPR	L19	ENTREPR	M19	ENTREPR	V19	ENTREPR	D19		M19	CFA	V19	ENTREPR	L19	ENTREPR	J19		
D20	M20	CFA	S21		M20	CFA	S20		M20	ENTREPR	M20	ENTREPR	S20		L20	FÉRIÉ	J20	CFA	S20		M20	ENTREPR	V20			
L21	J21	CFA	D22		M21	CFA	J21	CFA	D21		M21	ENTREPR	J21	ENTREPR	D21		M21	CFA	V21	CFA	D21		M21	ENTREPR	S21	
M22	V22	CFA	M22		M22	CFA	V22	CFA	L22	CFA	J22	ENTREPR	V22	ENTREPR	L22	CFA	M22	CFA	S22		L22	ENTREPR	J22	ENTREPR	D22	
M23	S23		L23	CFA	J23	CFA	S23		M23	CFA	V23	ENTREPR	S23		M23	CFA	J23	CFA	D23		M23	ENTREPR	V23	ENTREPR	L23	
J24	D24		M24	CFA	V24	CFA	D24		M24	CFA	S24		D24		M24	CFA	V24	CFA	L24	ENTREPR	M24	ENTREPR	S24		M24	
V25	L25	ENTREPRISE	M25	CFA	S25		L25	FÉRIÉ	J25	CFA	D25		L25	CFA	J25	CFA	S25		M25	ENTREPR	J25	ENTREPR	D25		M25	
S26	M26	ENTREPRISE	J26	CFA	D26		M26	ENTREPR	V26	CFA	L26	CFA	M26	CFA	V26	CFA	D26		M26	ENTREPR	V26	ENTREPR	L26	ENTREPR	J26	
D27	M27	ENTREPRISE	V27	CFA	L27	ENTREPR	M27	ENTREPR	S27		M27	CFA	M27	CFA	S27		L27	ENTREPR	J27	ENTREPR	S27		M27	ENTREPR	V27	
L28	J28	ENTREPRISE	S28		M28	ENTREPR	J28	ENTREPR	D28		M28	CFA	J28	CFA	D28		M28	ENTREPR	V28	ENTREPR	D28		M28	ENTREPR	S28	
M29	V29	ENTREPRISE	D29		M29	ENTREPR	V29	ENTREPR	L29	ENTREPR	J29	CFA	V29	CFA	L29	CFA	M29	ENTREPR	S29		L29	ENTREPR	J29	ENTREPR	D29	
M30	S30		L30	ENTREPR J30	ENTREPR	S30		M30	ENTREPRISE		S30		M30	CFA	J30	ENTREPR	D30		M30	ENTREPR	V30	ENTREPR	L30			
J31			M31	ENTREPRISE		D31		M31	ENTREPRISE		D31		M31	ENTREPRISE		V31	ENTREPRISE		M31	ENTREPR	S31		M31			

IUT DE RAMBOUILLET

Les moyens

- L'équipe pédagogique

Sur demande

BUT - Techniques de Commercialisation : Business développement et management de la relation client

N° de fiche
RNCP35357

Nomenclature du niveau de qualification : Niveau 6

Code(s) NSF :

- 312 : Commerce, vente
- 312p : Gestion des échanges commerciaux
- 312t : Négociation et vente
-

Formacode(s) :

- 34554 : commerce
- 41054 : banque assurance
- 34573 : action commerciale
- 34037 : satisfaction client
- 34076 : gestion relation client
-

Date d'échéance de l'enregistrement : 31-08-2026

CERTIFICATEURS

Nom légal	SIRET	Nom commercial	Site internet
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION	11004401300040	-	-
CY CERGY PARIS UNIVERSITE	13002597600015	IUT de Cergy-Pontoise	https://cyiut.cyu.fr/
UNIV PARIS XIII PARIS-NORD VILLETANEUSE	19931238000017	IUT de Saint-Denis	https://iutsd.univ-paris13.fr/
UNIV POLYTECHNIQUE HAUTS-DE-FRANCE	19593279300019	IUT de Valenciennes	http://www.uphf.fr/IUT/
UNIVERSI AVIGNON ET DES PAYS DE VAUCLU	19840685200204	IUT d'Avignon	https://iut.univ-avignon.fr/
UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE	19801344300017	IUT d'Amiens	https://www.iut-amiens.fr/
UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE	19801344300017	IUT de l'Aisne	https://iut-aisne.u-picardie.fr/
UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE	19801344300017	IUT de l'Oise	https://iut-oise.u-picardie.fr/
UNIVERSITE BREST BRETAGNE OCCIDENTALE	19290346600014	IUT de Quimper	https://www.univ-brest.fr/iut-quimper/
UNIVERSITE CLAUDE BERNARD LYON 1	19691774400019	IUT Lyon 1	https://iut.univ-lyon1.fr/
UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE	13002277500014	IUT Clermont Auvergne	https://iut.uca.fr/

UNIVERSITE D'ARTOIS	19624401600016	IUT de Lens	http://www.iut-lens.univ-artois.fr/
UNIVERSITE D'EVRY VAL D'ESSONNE	19911975100014	IUT d'Evry Val d'Essonne	http://www.iut-evry.fr/
UNIVERSITE D'AIX MARSEILLE	13001533200013	IUT d'Aix-Marseille	https://iut.univ-amu.fr/
UNIVERSITE D'ANGERS	19490970100303	IUT d'Angers-Cholet	https://www.univ-angers.fr/
UNIVERSITE DE BESANCON	19251215000363	IUT de Belfort-Montbéliard	http://www.iut-bm.univ-fcomte.fr/
UNIVERSITE DE BORDEAUX	13001835100010	IUT de Bordeaux	https://www.iut.u-bordeaux.fr
UNIVERSITE DE BRETAGNE SUD	19561718800600	IUT de Vannes	https://www.iutvannes.fr/
UNIVERSITE DE CAEN NORMANDIE	19141408500016	IUT Grand Ouest Normandie	http://iut-grand-ouest-normandie.unicaen.fr/
UNIVERSITE DE HAUTE ALSACE	19681166500013	IUT de Colmar	http://www.iutcolmar.uha.fr/
UNIVERSITE DE LIMOGES	19870669900321	IUT du Limousin	https://www.iut.unilim.fr/
UNIVERSITE DE LORRAINE	13001550600012	IUT de Metz	http://iut-metz.univ-lorraine.fr/
UNIVERSITE DE LORRAINE	13001550600012	IUT de Thionville-Yutz	http://iut-thionville-yutz.univ-lorraine.fr/
UNIVERSITE DE LORRAINE	13001550600012	IUT Epinal - Hubert Curien	https://iut-epinal.univ-lorraine.fr/
UNIVERSITE DE LORRAINE	13001550600012	IUT Nancy-Charlemagne	https://iut-charlemagne.univ-lorraine.fr/
UNIVERSITE DE MONTPELLIER	13002054800017	IUT de Montpellier - Sète	https://iut-montpellier-sete.edu.umontpellier.fr
NANTES UNIVERSITE	13002974700016	IUT de Saint-Nazaire	https://iut-sn.univ-nantes.fr/
UNIVERSITE DE PARIS	13002573700011	IUT de Paris - Rives de Seine	https://iutparis-seine.u-paris.fr/
UNIVERSITE DE PAU ET DU PAYS DE L'ADOUR	19640251500239	IUT de Bayonne et du Pays Basque	https://www.iutbayonne.univ-pau.fr/
UNIVERSITE DE LA ROCHELLE	19170032700015	IUT de La Rochelle	https://www.iut-larochelle.fr/
UNIVERSITE DE POITIERS	19860856400375	IUT d'Angoulême	https://iut-angouleme.univ-poitiers.fr/
UNIVERSITE PAUL SABATIER TOULOUSE III	19311384200010	IUT Paul Sabatier	https://iut.univ-tlse3.fr/
UNIVERSITE DE POITIERS	19860856400375	IUT de Poitiers-Niort-Châtelleraut	https://iutp.univ-poitiers.fr/
UNIVERSITE DE RENNES I	19350936100013	IUT de Saint-Brieuc	https://iut-stbrieuc.univ-rennes1.fr
UNIVERSITE DE ROUEN NORMANDIE	19761904200017	IUT de Rouen	http://iutrouen.univ-rouen.fr/
UNIVERSITE DE ROUEN NORMANDIE	19761904200017	IUT d'Evreux	http://iutevreux.univ-rouen.fr/
UNIVERSITE DE STRASBOURG	13000545700010	IUT Robert Schuman	https://iutrs.unistra.fr/
UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE	13002277500014	IUT Clermont Auvergne	https://iut.uca.fr/

UNIVERSITE DE TOULON	19830766200017	IUT de Toulon	https://iut.univ-tln.fr/
UNIVERSITE DIJON BOURGOGNE	19211237300019	IUT de Dijon	https://iutdijon.u-bourgogne.fr/www/
UNIVERSITE DIJON BOURGOGNE	19211237300019	IUT du Creusot	https://iutlecreusot.u-bourgogne.fr/
UNIVERSITE D'ORLEANS	19450855200677	IUT de l'Indre	https://www.univ-orleans.fr/fr/iut-indre
UNIVERSITE DU LITTORAL COTE D'OPALE	19594403800205	IUT du Littoral Côte d'Opale	http://www.iut.univ-littoral.fr/
UNIVERSITE GRENOBLE ALPES	13002139700091	IUT de Valence	https://www.iut-valence.fr/
UNIVERSITE GRENOBLE ALPES	13002139700091	IUT 2 de Grenoble	https://iut2.univ-grenoble-alpes.fr/
UNIVERSITE JEAN MONNET SAINT ETIENNE	19421095100456	IUT de Roanne	https://iut-roanne.univ-st-etienne.fr
UNIVERSITE JEAN MONNET SAINT ETIENNE	19421095100456	IUT de Saint-Etienne	https://www.iut.univ-st-etienne.fr
UNIVERSITE LE HAVRE NORMANDIE	19762762300121	IUT Le Havre	https://www-iut.univ-lehavre.fr/
UNIVERSITE PARIS EST CRETEIL VAL DE MARNE	19941111700013	IUT de Sénart/Fontainebleau	https://www.iutsf.u-pec.fr/
UNIVERSITE PARIS EST CRETEIL VAL DE MARNE	19941111700013	IUT de Créteil-Vitry	https://iut.u-pec.fr/
UNIVERSITE GUSTAVE EIFFEL	13002612300013	IUT de Marne la Vallée	http://iut.u-pem.fr/
UNIVERSITE PARIS-SACLAY	13002602400054	IUT de Sceaux	https://www.iut-sceaux.universite-paris-saclay.fr/
UNIVERSITE PAUL SABATIER TOULOUSE III	19311384200010	IUT de Tarbes	https://www.iut-tarbes.fr/
UNIVERSITE SAVOIE MONT BLANC	19730858800015	IUT d'Annecy	https://www.iut-acy.univ-smb.fr/
UNIVERSITE TOULOUSE II	19311383400017	IUT de Figeac	https://iut-figeac.univ-tlse2.fr/
UNIVERSITE VERSAILLES ST QUENTIN YVELINE	19781944400013	IUT de Vélizy-Rambouillet	https://www.iut-velizy-rambouillet.uvsq.fr/
UNIVERSITE DE LILLE	13002975400012	IUT C - Roubaix	http://iut-c.univ-lille.fr/
UNIVERSITE DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE	19511296600799	IUT de Troyes	https://www.iut-troyes.univ-reims.fr/
UNIVERSITE COTE D'AZUR	13002566100013	IUT de Nice Côte d'Azur	https://iut.univ-cotedazur.fr/

RESUME DE LA CERTIFICATION

Objectifs et contexte de la certification :

Le titulaire du Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation intervient 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. Il couvre les secteurs d'activités en lien avec les métiers de la vente, du marketing et de la communication. Il est polyvalent, autonome et évolutif.

Le titulaire du BUT Techniques de commercialisation business développement et management de la relation client est un spécialiste de la relation commerciale qu'il exerce au sein de tout type d'entreprise industrielle, commerciale et de service.

Activités visées :

Conduite des actions marketing :

- en situation de développement d'un produit
- en situation de développement d'un service
- en situation de développement d'une activité non marchande.

Vente d'une offre commerciale :

- en situation de vente en B to C
- en situation de vente en B to B.

Communication de l'offre commerciale :

- en situation de communication de l'offre en tant qu'annonceur
- en situation de communication de l'offre en tant qu'agence de communication.

Participation à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation:

- en situation d'activité commerciale en B to B
- en situation d'activité commerciale en B to C.

Management de la relation client :

- en situation d'activité commerciale en B to B
- en situation d'activité commerciale en B to C.

Compétences attestées :

Conduire des actions marketing :

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

Vendre une offre commerciale :

- en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique.
- en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation
- en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation
- en prospectant à l'aide d'outils adaptés -en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale.

Communiquer sur l'offre commerciale :

- en élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix
- en utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation
- en produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs
- en respectant la réglementation en vigueur.

Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation :

- en identifiant les opportunités de développement les plus prometteuses
- en manquant efficacement les équipes commerciales
- en élaborant une offre adaptée au contexte sectoriel du client.

Manager la relation client :

- en développant une culture partagée de service client
- en pilotant la satisfaction et l'expérience client tout au long du parcours dans une perspective durable
- en valorisant le portefeuille client par l'exploitation des données client dans le respect de la réglementation.

Compétences transversales :

Se servir du numérique :

-en utilisant les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe

Exploiter les données à des fins d'analyse :

-en identifiant, sélectionnant et analysant avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation

-en analysant et synthétisant des données en vue de leur exploitation -en développant une argumentation avec esprit critique .

S'exprimer et communiquer à l'écrit et à l'oral :

-en se servant aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française -en communiquant par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, en français et dans au moins une langue étrangère.

Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle :

-en situant son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives.

-en respectant les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale.

-en travaillant en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet.

-en analysant ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique.

Se Positionner vis à vis d'un champ professionnel :

-en identifiant et situant les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder

-en caractérisant et valorisant son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte

-en identifiant le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs.

Modalités d'évaluation :

Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques, exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé, mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)

BLOCS DE COMPETENCES

N° et intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
RNCP35357BC01 Conduire les actions marketing	<ul style="list-style-type: none"> -Analyser l'environnement d'une entreprise en repérant et appréciant les sources d'informations (fiabilité et pertinence) -Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement simple -Choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation du marché -Concevoir une offre cohérente et éthique en termes de produits, de prix, de distribution et de communication -Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques -Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement complexe -Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe -Concevoir un mix étendu pour une offre complexe -Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement -Elaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou 	Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)

	<p>interne)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur -Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre 	
<p>RNCP35357BC02</p> <p>Vendre une offre commerciale</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins -Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client -Concevoir des OAV efficaces -Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs -Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection -Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels -Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés -Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat -Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre -Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre -Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale -Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l'entreprise -Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel -Elaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe -Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international, etc 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)</p>
<p>RNCP35357BC03</p> <p>Communiquer l'offre commerciale</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Identifier les cibles et objectifs de communication en tenant compte de la cohérence du mix -Analyser de manière pertinente les moyens de communication commerciale (médias, hors médias, médias sociaux) -Elaborer des supports simples (Imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring,...) -Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité) -Elaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence -Etablir une stratégie de moyens en utilisant les indicateurs de choix des supports -Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité -Mettre en œuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-reputation. 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).</p>
<p>RNCP35357BC04</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Réaliser un diagnostic avant la mise en place d'actions commerciales 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique</p>

Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	<ul style="list-style-type: none"> -Mesurer l'importance du choix des cibles commerciales -Travailler en équipe tout en respectant le rôle de chacun -Adapter l'offre à une demande client -Mettre en œuvre la stratégie marketing et commerciale au sein de l'équipe -Fédérer les équipes autour de la réussite des objectifs marketing et commerciaux -Co-construire une offre en collaboration avec les parties prenantes concernées (externes et internes). 	lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).
RNCP35357BC05 Manager la relation client	<ul style="list-style-type: none"> -Intégrer la satisfaction client dans la réussite de la relation commerciale et la réputation de l'entreprise -Piloter sa relation client au moyen d'indicateurs -Traiter les réclamations client pour optimiser l'activité -Exploiter de façon pertinente les outils de la relation client -Asseoir la réussite de la relation client sur la cohérence globale de l'organisation (outils, processus, communication, structure organisationnelle...) -Optimiser l'expérience client par la mise en place d'un processus d'amélioration continue -Contribuer à la diffusion de la culture client au sein de l'organisation -Faire évoluer les outils de la relation client. 	Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet
RNCP35357BC06 Usages numériques	-Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.	Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises
RNCP35357BC07 Exploitation de données à des fins d'analyse	-Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation. -Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation. -Développer une argumentation avec esprit critique.	Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises
RNCP35357BC08 Expression et communication écrites et orales	-Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. -Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère	Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises
RNCP35357BC09 Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle	Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives -Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale -Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet -Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique	Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises
RNCP35357BC10 Positionnement	-Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder -	Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est

vis à vis d'un champ professionnel	Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte - Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs	demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises
------------------------------------	--	--

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence :

L'intégralité de la certification s'obtient par la validation de tous les blocs de compétences.

SECTEUR D'ACTIVITE ET TYPE D'EMPLOI

Secteurs d'activités :

Le titulaire d'un BUT Techniques de Commercialisation Business développement et management de la relation client exerce son activité dans toutes les organisations qui gèrent des relations clients en B to B et /ou B to C. Les secteurs d'activités sont multiples tels que : banque, assurance, immobilier, tourisme, distribution, agroalimentaire, cosmétique, textile, automobile.

C : Banque, assurance, immobilier

D : Commerce, vente et grande distribution

M: Support d'entreprise

Type d'emplois accessibles :

Débutant :

- Chargé(e) de clientèle,
- Chargé (e) de clientèle e-commerce,
- Adjoint (e) service clients,
- Technico-commercial (e),
- Commercial(e),
- Téléconseiller(e),
- Business developer,

Après 3 ans

- Manager relation client,
- Directeur (trice) commercial(e),
- Responsable service relation client,
- Cadre commercial,
- Responsable commercial (e)

Code(s) ROME :

- D1402 - Relation commerciale grands comptes et entreprises
- M1704 - Management relation clientèle
- M1705 - Marketing
- E1103 – Communication

Références juridiques des réglementations d'activité :

VOIES D'ACCES

Le cas échéant, prérequis à la validation des compétences :

Validité des composantes acquises :

Voie d'accès à la certification	Oui	Non	Composition des jurys
---------------------------------	-----	-----	-----------------------

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation
Après un parcours de formation continue	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.
En contrat de professionnalisation	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation
Par candidature individuelle		X	-
Par expérience	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 613-4 du code de l'éducation.
En contrat d'apprentissage	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.
	Oui		Non
Inscrite au cadre de la Nouvelle Calédonie	X		
Inscrite au cadre de la Polynésie française	X		

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS PROFESSIONNELLES, CERTIFICATIONS OU HABILITATIONS

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations : Oui

Certifications professionnelles, certifications ou habilitations en équivalence au niveau européen ou international :

Certifications professionnelles enregistrées au RNCP en équivalence :

N° de la fiche	Intitulé de la certification professionnelle reconnue en équivalence	Nature de l'équivalence (totale, partielle)
RNCP2927	DUT Techniques de commercialisation	partielle

Liens avec des certifications et habilitations enregistrées au Répertoire spécifique :

BASE LEGALE

Référence des arrêtés et décisions publiés au Journal Officiel ou au Bulletin Officiel (enregistrement au RNCP, création diplôme, accréditation...) :

Date du JO / BO	Référence au JO / BO
12-12-2019	Arrêté du 6 décembre 2019 portant réforme de la licence professionnelle
-	Université Côte d'Azur, arrêté du : 15/07/2021

Date d'effet de la certification	01-09-2021
Date d'échéance de l'enregistrement	31-08-2026

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Statistiques :

Lien internet vers le descriptif de la certification :

Le certificateur n'habilite aucun organisme préparant à la certification

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation :

[Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation](#)