



BUT Techniques de Commercialisation

Parcours business développement
et management de la relation client

Code diplôme : 25131202

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



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
annie-claude.hervy@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

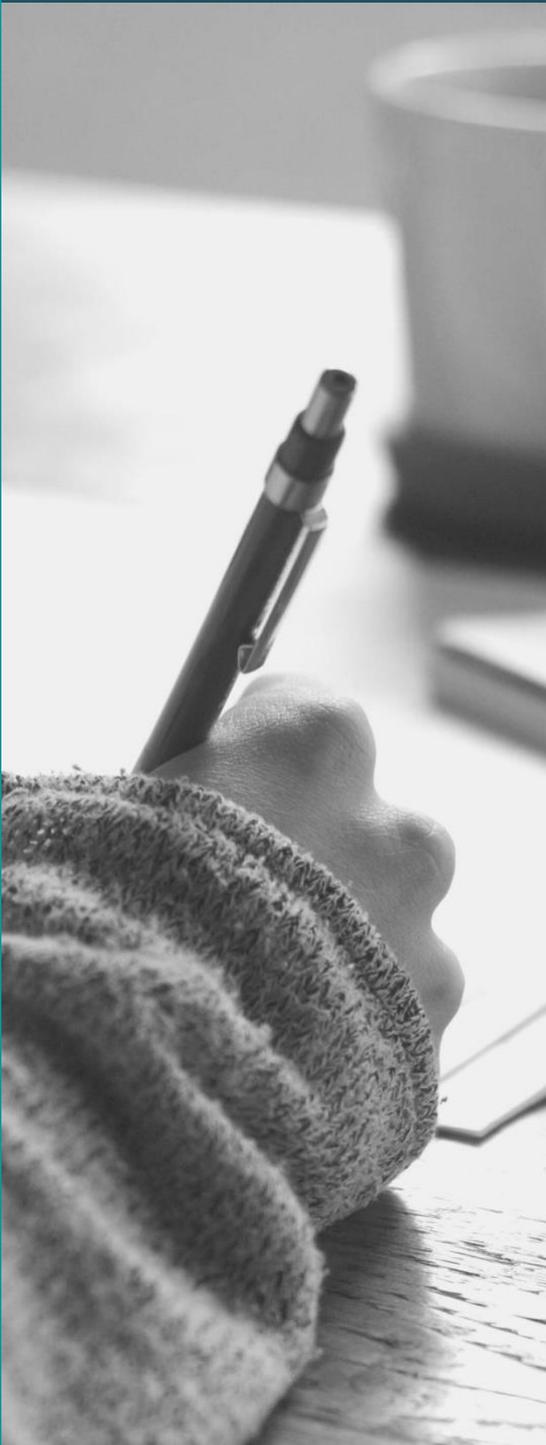
Service financier : Hanane AABOU
hanane.aabou@cfa-union.org

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 :
04/09/2024 au 01/09/2027

Réunion d'information destinée
aux futurs apprentis :
04/09/2024

Date de la rentrée universitaire : 04/09/2024

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 2e 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 2e 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.

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 de projet en déployant les techniques de commercialisation	SAE 4.02 - Pilotage commercial d'une organisation	SAE 4.BDMRC.03 - Elaboration 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	TC6PORA	TC6R01A	TC6R02A	TC6R03A	TC6R04A	TC6R05A	TC6R06A	TC6R07A	TC6R08A	TC6R09A	TC6R10A	TC6R11A	TC6R12A	TC6R13A		
UE	Code	TC6SA04A	TC6PORA	TC6R01A	TC6R02A	TC6R03A	TC6R04A	TC6R05A	TC6R06A	TC6R07A	TC6R08A	TC6R09A	TC6R10A	TC6R11A	TC6R12A	TC6R13A	TC6R14A	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	2,5				2,5	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		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	TC6PORA	TC6R01A	TC6R02A	TC6R03A	TC6R10A	TC6R11A			
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 : 714H

BUT2:623H

BUT 3 : 576H

Bloc de compétences :

https://site.cfa-union.org/mediatheque/fiche_cal2/BUT_TC_BDMRC_Rambouillet.pdf

➤ Informations diverses :

Taux de réussite : NC

Taux de rupture :NC

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

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](#)