

CATALOGUE FORMATION

BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Parcours :

Stratégie de Marque et Événementiel

Sommaire

| | |
|--|----|
| CONTACTS..... | 3 |
| Pédagogique..... | 3 |
| CFA..... | 3 |
| Prérequis/recrutement | 4 |
| Date de formation | 4 |
| Dates des réunions | 4 |
| Code RNCP et code diplôme | 4 |
| Tarif de la formation | 4 |
| PRESENTATION DIPLOME | 5 |
| Conditions d'admission..... | 5 |
| Objectifs de la formation | 5 |
| Les compétences acquises lors de la formation..... | 6 |
| Modalités d'organisation de la formation | 6 |
| Modalités d'évaluation et de sanction du diplôme | 6 |
| Durée de la formation..... | 7 |
| Informations diverses : | 7 |
| PROGRAMME DE LA FORMATION | 7 |
| Simplifié..... | 7 |
| CALENDRIER DE LA FORMATION..... | 12 |
| MOYENS HUMAINS ET MATERIEL..... | 13 |
| FICHE RNCP : https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35358/ | 13 |

CONTACTS

Pédagogique

- **Responsable pédagogique :**
Mme ABJEAN Lynda : labjean@parisnanterre.fr
- **Secrétariat pédagogique :** Tél : 01.40.97.41.16
Mme BEZSMERTNA Elena: bezsmerno@parisnanterre.fr

Adresse du site de formation :

Campus Universitaire de Nanterre

200, Avenue de la République

92000 NANTERRE

CFA

- **Conseiller formation :** Anne SILVESTRE anne.silvestre@cfa-union.org
Tél : 07.88.02.63.35
- **Service financier :** Hanane AABOU : service-financier@cfa-union.org
- **Référent handicap :** Anna TOTH : anna.toth@cfa-union.org – Tél : 06.07.80.85.37
- **Référent mobilité :** Anna TOTH : anna.toth@cfa-union.org – Tél : 06.07.80.85.37

Adresse postale : CFA UNION 8 boulevard Dubreuil 91400 ORSAY

Informations complémentaires :

- SIRET : 411 973 431 000 33
- Code UAI : 091 20 21 C
- N° de déclaration d'activité : 11 91 07 881 91

DATES ET INFO CLEFS

Prérequis/recrutement

Peuvent déposer une candidature : les titulaires du baccalauréat général et technologique.

Candidature possible pour les réorientations après une année ou plus dans le supérieur.

Modalité d'accueil pour le public en situation de handicap : <https://site.cfa-union.org/pages/handicap>

Date de formation

BUT 3 : du 01/09/2025 au 02/09/2026

Dates des réunions

Date réunion des candidats admissibles : NC

Date de la rentrée universitaire : 01/09/2025

Code RNCP et code diplôme

Code RNCP : 35358

Code diplôme : 25131206

Tarif de la formation

Afin de connaître le coût de formation pour votre entreprise d'accueil, merci de consulter la page suivante : <https://site.cfa-union.org/pages/financement>

PRESENTATION DIPLOME

Conditions d'admission

Candidature sur <https://ecandidat.parisnanterre.fr/#!accueilView>

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

Modalité d'accueil pour le public en situation de handicap : <https://site.cfa-union.org/pages/handicap>

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. Le titulaire du BUT couvre les secteurs d'activités en lien avec les métiers de la vente, du marketing et de la communication.

Le parcours « Stratégie de Marque et Événementiel » amènera 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.

Les compétences acquises lors de la formation

Les compétences et les composantes essentielles

B.U.T. Techniques de commercialisation

Parcours Stratégie de marque et événementiel

Une compétence est un « savoir-agir complexe, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en oeuvre la compétence.

| | | |
|---------------------------|----------------------------------|---|
| Marketing | Conduire les actions marketing | <ul style="list-style-type: none">- CE1.01 en analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers- CE1.02 en évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché- CE1.03 en quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur- CE1.04 en analysant avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise- CE1.05 en élaborant un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents- CE1.06 en adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique |
| Vente | Vendre une offre commerciale | <ul style="list-style-type: none">- CE2.01 en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique- CE2.02 en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation- CE2.03 en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation- CE2.04 en prospectant à l'aide d'outils adaptés- CE2.05 en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale |
| Communication commerciale | Communiquer l'offre commerciale | <ul style="list-style-type: none">- CE3.01 en élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix- CE3.02 en utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation- CE3.03 en produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs- CE3.04 en respectant la réglementation en vigueur |
| Branding | Elaborer l'identité d'une marque | <ul style="list-style-type: none">- CE4.01 en analysant de manière pertinente l'image et les territoires de la marque- CE4.02 en déterminant judicieusement les valeurs et composantes essentielles de la marque- CE4.03 en mettant en place des actions pour valoriser l'image de marque- CE4.04 en mesurant correctement l'efficacité de la stratégie de marque (image voulue, image perçue) |
| Événementiel | Manager un projet événementiel | <ul style="list-style-type: none">- CE5.01 en s'adaptant aux besoins du commanditaire de manière optimale- CE5.02 en utilisant efficacement les outils de gestion de projet et de management d'équipe- CE5.03 en mettant en oeuvre des outils de communication et de commercialisation adaptés- CE5.04 en respectant les contraintes juridiques, budgétaires et logistiques |

Modalités d'organisation de la formation

Rythme d'alternance en 3^{ème} année : 3 jours en entreprise/2 jours à l'IUT avec des semaines complètes en entreprise.

Modalité d'accueil pour le public en situation de handicap :

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

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

BUT3 490 heures

Informations diverses :

Taux réussite N-1 : Pas de données nouvelle formation en septembre 2025

Taux rupture N-1 : Pas de données nouvelle formation en septembre 2025

Taux démission N-1 : Pas de données nouvelle formation en septembre 2025

Formation en présentiel sous contrôle continu

PROGRAMME DE LA FORMATION

Simplifié

TRONC COMMUN

➤ 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.

PARCOURS SME

➤ **Elaborer l'identité d'une marque**

En analysant de manière pertinente l'image et les territoires de la marque

En déterminant judicieusement les valeurs et composantes essentielles de la marque

En mettant en place des actions pour valoriser l'image de marque

En optimisant la relation client digitalisée

En mesurant correctement l'efficacité de marque (image voulue, image perçue)

➤ **Manager un projet événementiel**

En s'adaptant aux besoins du commanditaire de manière optimale

En utilisant efficacement les outils de gestion de projet et de management d'équipe

En analysant de façon pertinente des documents et indicateurs financiers

En mettant en œuvre des outils de communication et de commercialisation adaptés

En respectant les contraintes juridiques , budgétaires et logistiques

Blocs de compétences

Compétence Marketing

B.U.T. Techniques de commercialisation

Parcours Stratégie de marque et événementiel

| Marketing | Conduire les actions marketing |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- CE1.01 en analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers- CE1.02 en évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché- CE1.03 en quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur- CE1.04 en analysant avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise- CE1.05 en élaborant un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents- CE1.06 en adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique |
| Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation de développement d'un produiten situation de développement d'un serviceen situation de développement d'une activité non marchande |
| Niveaux | Apprentissages critiques |
| Niveau 1 Pour construire une offre commerciale simple | <ul style="list-style-type: none">- AC11.01 Analyser l'environnement d'une entreprise en repérant et appréciant les sources d'informations (fiabilité et pertinence)- AC11.02 Mettre en oeuvre une étude de marché dans un environnement simple- AC11.03 Choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation du marché- AC11.04 Concevoir une offre cohérente et éthique en termes de produits, de prix, de distribution et de communication |
| Niveau 2 Pour construire une offre commerciale complexe ou innovante | <ul style="list-style-type: none">- AC21.01 Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques- AC21.02 Mettre en oeuvre une étude de marché dans un environnement complexe- AC21.03 Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe- AC21.04 Concevoir un mix étendu pour une offre complexe |
| Niveau 3 Pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activités | <ul style="list-style-type: none">- AC31.01 Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement- AC31.02 Elaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne)- AC31.03 Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur- AC31.04 Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre |

Compétence Vente

B.U.T. Techniques de commercialisation

Parcours Stratégie de marque et événementiel

| Vente | | <ul style="list-style-type: none">- CE2.01 en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique- CE2.02 en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation- CE2.03 en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation- CE2.04 en prospectant à l'aide d'outils adaptés- CE2.05 en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale |
|---|---|--|
| Situations professionnelles | | en situation de vente en B to C en situation de vente en B to B |
| Niveaux | Apprentissages critiques | |
| Niveau 1 Pour préparer l'entretien de vente | <ul style="list-style-type: none">- AC12.01 Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins- AC12.02 Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client- AC12.03 Concevoir des OAV efficaces- AC12.04 Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs- AC12.05 Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection- AC12.06 Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels | |
| Niveau 2 Pour mener un entretien de vente simple | <ul style="list-style-type: none">- AC22.01 Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés- AC22.02 Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat- AC22.03 Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre- AC22.04 Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre- AC22.05 Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale- AC22.06 Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l'entreprise | |
| Niveau 3 Pour mener une vente complexe | <ul style="list-style-type: none">- AC32.01 Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel- AC32.02 Elaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe- AC32.03 Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international, etc | |

Compétence Communication commerciale

B.U.T. Techniques de commercialisation Parcours Stratégie de marque et événementiel

| Communication commerciale | Communiquer l'offre commerciale | <ul style="list-style-type: none">- CE3.01 en élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix- CE3.02 en utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation- CE3.03 en produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs- CE3.04 en respectant la réglementation en vigueur |
|--|--|--|
| Situations professionnelles | en situation de communication de l'offre en tant qu'annonceur en situation de communication de l'offre en tant qu'agence de communication | |
| Niveaux | Apprentissages critiques | |
| Niveau 1 Pour structurer un plan de communication | <ul style="list-style-type: none">- AC13.01 Identifier les cibles et objectifs de communication en tenant compte de la cohérence du mix- AC13.02 Analyser de manière pertinente les moyens de communication commerciale (médias, hors médias, médias sociaux)- AC13.03 Elaborer des supports simples (imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring, ...)- AC13.04 Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité) | |
| Niveau 2 Pour élaborer un plan de communication | <ul style="list-style-type: none">- AC23.01 Elaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence- AC23.02 Etablir une stratégie de moyens en utilisant les indicateurs de choix des supports- AC23.03 Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité- AC23.04 Mettre en œuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-réputation. | |

Compétence Branding

B.U.T. Techniques de commercialisation Parcours Stratégie de marque et événementiel

| Branding | Elaborer l'identité d'une marque | <ul style="list-style-type: none">- CE4.01 en analysant de manière pertinente l'image et les territoires de la marque- CE4.02 en déterminant judicieusement les valeurs et composantes essentielles de la marque- CE4.03 en mettant en place des actions pour valoriser l'image de marque- CE4.04 en mesurant correctement l'efficacité de la stratégie de marque (image voulue, image perçue) |
|--|---|---|
| Situations professionnelles | en situation de promotion de l'identité de marque B to C en situation d'animation de l'identité de marque B to B en situation de réalisation d'un audit de marque interne et externe | |
| Niveaux | Apprentissages critiques | |
| Niveau 1 Pour déployer l'image de marque | <ul style="list-style-type: none">- AC24.01SME Identifier les valeurs et territoires de la marque- AC24.02SME Mesurer la visibilité de la marque et sa notoriété- AC24.03SME Développer la communication de marque et le marketing de contenu (storytelling/disruption/teasing/brand content)- AC24.04SME Piloter les relations publiques et les relations presse en veillant aux différentes parutions de la marque | |
| Niveau 2 Pour construire la stratégie de marque | <ul style="list-style-type: none">- AC34.01SME Déterminer les attributs et territoires de la marque- AC34.02SME Elaborer une idéologie (ADN /valeurs défendues) de marque et ses composantes- AC34.03SME Construire l'identité de la marque- AC34.04SME Développer la communauté de marque et l'adhésion (community management, veille image de marque et e-réputation) | |

B.U.T. Techniques de commercialisation

Parcours Stratégie de marque et événementiel

Événementiel

Manager un projet événementiel

- CE5.01 | en s'adaptant aux besoins du commanditaire de manière optimale
- CE5.02 | en utilisant efficacement les outils de gestion de projet et de management d'équipe
- CE5.03 | en mettant en œuvre des outils de communication et de commercialisation adaptés
- CE5.04 | en respectant les contraintes juridiques, budgétaires et logistiques

Situations professionnelles

en situation de développement d'un projet événementiel accueillant du public

en situation de développement d'un projet événementiel interne

en situation de développement d'un projet événementiel piloté en tant que prestataire

Niveaux

Apprentissages critiques

Niveau 1

Pour élaborer un événement simple

- AC25.01SME | Elaborer un projet événementiel simple répondant à la demande
- AC25.02SME | Intégrer les contraintes financières, juridiques et logistiques
- AC25.03SME | Gérer la communication et la commercialisation de l'événement
- AC25.04SME | Piloter le projet
- AC25.05SME | Mesurer l'impact de l'événement

Niveau 2

Pour élaborer un évènement complexe

- AC35.01SME | Créer un événement complexe adapté aux attentes du commanditaire
- AC35.02SME | Intégrer les enjeux sécuritaires et réglementaires des événements de grande ampleur
- AC35.03SME | Rechercher des partenaires et des subventions
- AC35.04SME | Gérer des prestataires
- AC35.05SME | Manager un événement complexe

CALENDRIER DE LA FORMATION

BUT 3

[illegible]

MOYENS HUMAINS ET MATERIEL

- Equipe pédagogique : Sur demande

FICHE RNCP : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35358/>