

Image & Com



Formations en alternance

**B.T.S.
BREVET de TECHNICIEN SUPERIEUR**

-DIPLOME D'ETAT-

MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES

PRINCIPES ET OBJECTIFS

Le titulaire du *B.T.S. Management des Unités Commerciales* a pour perspective de prendre la responsabilité de tout ou partie d'une unité commerciale.

Une unité commerciale est un lieu physique ou virtuel permettant à un client potentiel d'accéder à une offre de produits ou de services (exemples d'appellation : magasins, supermarchés, hypermarchés, agences commerciales, sites marchands...).

Dans le cadre de cette unité commerciale, le titulaire du *B.T.S. Management des Unités Commerciales* remplit les missions suivantes :

- management de l'unité commerciale
- gestion de la relation avec la clientèle
- gestion et animation de l'offre de produits et de services
- recherche et exploitation de l'information nécessaire à l'activité commerciale

Il doit ainsi exploiter en permanence des informations commerciales disponibles pour suivre et développer l'activité de l'unité commerciale. Au contact de la clientèle, il mène des actions pour l'attirer, l'accueillir et lui vendre les produits et/ou les services répondant à ses attentes, le fidéliser. Chargé des relations avec les fournisseurs, il veille à adapter en permanence l'offre commerciale en fonction de l'évolution du marché. Il assure l'équilibre d'exploitation et la gestion des ressources humaines de l'unité commerciale qu'il anime.

ACTIVITES ET FONCTIONS

1. Emplois concernés

Les métiers visés sont très diversifiés et aux statuts hétérogènes rendant difficile un repérage exhaustif. Ceux qui les exercent sont soit des salariés soit des indépendants. Ils accèdent, en fonction de leur expérience, de la taille de l'entreprise et des opportunités, à plusieurs niveaux de responsabilité.

a) Niveau assistant

Les principales appellations des métiers qui couvrent le champ professionnel sont les suivantes :

- Second de rayon, assistant chef de rayon, directeur adjoint du magasin...
- Animateur des ventes, chargés de clientèle, conseiller commercial, délégué commercial, vendeur-conseil, marchandiseur...
- Télévendeur, télé-conseiller...
- Chargé d'accueil, chargé de l'administration commerciale...

Le titulaire de ce B.T.S. accède à ces métiers à vocation opérationnelle en général en début de carrière. Quel que soit le niveau de responsabilité, l'activité de l'unité commerciale implique un engagement tel que chacun est amené, à un moment donné, à remplir ce type de fonctions. La maîtrise des compétences liées à ces métiers favorise l'accès à des responsabilités plus larges pour exercer un management efficace de l'équipe et la gestion d'une unité commerciale.

b) Niveau responsable

Les principales appellations des métiers qui couvrent le champ professionnel sont les suivantes :

- Manager de rayon, responsable de rayon, directeur de magasin, responsable de site, responsable d'agence, chef d'agence commerciale, chef de secteur, responsable d'un centre de profits...
- Responsable de clientèle, chef des ventes, chef de marché...
- Administrateur des ventes, chef de caisse, responsable logistique, chef de groupe, chef de luxe, superviseur...

En fonction de leur expérience, de la taille de l'entreprise et des opportunités, ces postes de responsabilités assez larges sont accessibles, à un terme relativement proche de leur sortie d'études, au titulaire du *B.T.S. Management des Unités Commerciales*.

2. Types d'entreprises, de biens, de clientèle

Le titulaire du *B.T.S. Management des Unités Commerciales* exerce ses activités essentiellement dans :

- Les entreprises de distribution des secteurs alimentaires ou spécialisés,
- Des unités commerciales d'entreprises de production,
- Des entreprises de commerce électronique,
- Des entreprises de prestations de services : assurances, banques, immobilier, location, communication, transports...

Ces entreprises s'adressent aussi bien à une clientèle de particuliers (grand public) que de professionnels (entreprises, administrations, professions libérales, artisans...)

Ne relèvent pas directement de ce champs les entreprises qui commercialisent des biens ou des services :

- De secteurs très spécifiques et réglementés (notamment la santé),
- Ou nécessitant des connaissances techniques approfondies liées à la nature des produits.

3. Place dans les organisations

Selon la nature et la taille de l'organisation et en fonction de son expérience et des opportunités, le titulaire du *B.T.S. Management des Unités Commerciales* peut exercer son activité :

- Sous l'autorité et l'encadrement d'un dirigeant dans le cadre d'une unité commerciale à gestion fortement intégrée ;
- En large autonomie lorsqu'il est responsable d'une unité commerciale indépendante ou à gestion déconcentrée.

COMPETENCES GENERALES ET PROFESSIONNELLES

* L'activité du titulaire du *B.T.S. Management des Unités Commerciales* s'exerce auprès de la clientèle actuelle et potentielle de l'entreprise.

* Elle varie en fonction des structures, des missions et des statuts de l'organisation qui l'emploie.

* Il maîtrise les techniques d'organisation, de gestion et d'animation commerciale et utilise ses compétences en communication dans son activité courante ou dans la gestion de projets. Il met en œuvre en permanence les technologies de l'information et de la communication.

* Son environnement professionnel exige le respect de la législation, des règles d'éthique et de déontologie.

* Le titulaire de *B.T.S. Management des Unités Commerciales* intervient dans les fonctions suivantes :

- Management de l'unité commerciale
- Gestion de la relation avec la clientèle
- Gestion et animation de l'offre de produits et de services
- Recherche et exploitation de l'information nécessaire à l'activité commerciale

* Leur mise en œuvre peut être différente selon la taille, l'organisation des entreprises, la nature et la complexité des produits ou des services commercialisés.

ELEMENTS DE FONCTIONNEMENT

* Dans le cadre de la formation **I.M.A.G.E.**, le candidat est soumis à des épreuves dites **PARTIELS**, ceci tous les trimestres. Ces épreuves constituent le suivi et le contrôle permanent du candidat au *B.T.S. Management des Unités Commerciales*.

* Divers moyens de communication sont établis avec le **TUTEUR**, pendant toute la durée de formation.

* La formation a un caractère obligatoire. L'Alternance sous la forme de Contrat de Professionnalisation s'établit dans les conditions d'un contrat à durée déterminée avec l'entreprise et le candidat, pour le *B.T.S. Management des Unités Commerciales*.

* Un règlement interne **I.M.A.G.E.** engage le candidat à respecter les procédures mises en place pour le bon fonctionnement de la formation.

HORAIRES

ENSEIGNEMENTS	NOMBRE D'HEURES – VOLUME TOTAL
Français	90
Langue vivante 1	90
Economie / Droit	210
Management & Gestion des Unités Commerciales ²	240
Gestion de la relation commerciale	90
Développement de l'Unité Commerciale	320
Informatique commerciale *	90
Communication ^{a)}	70
TOTAL	1200
<i>Accès des étudiants aux ressources informatiques</i>	<i>En libre service au sein du Centre</i>

2 Cet enseignement est confié à un seul formateur

** L'ensemble des savoirs doit être couvert*

a) Cet enseignement est confié au formateur chargé des matières professionnelles

LES EPREUVES - EXAMENS

BTS Management des unités commerciales			Voie scolaire, apprentissage, formation professionnelle continue, enseignement à distance, candidats justifiant 3 ans d'expérience professionnelle	Formation professionnelle continue dans des établissements publics habilités	
Epreuves	Unités	Coef.	Forme ponctuelle	Durée	Evaluation en cours de formation
E1 Français	U1	3	Ecrite	4h	4 situations d'évaluation
E2 Langue vivante étrangère 1	U2	3	Ecrite Orale	2h 20 min (1) + 20 min	4 situations d'évaluation
E3 Economie droit	U3	3	Ecrite	4h	3 situations d'évaluation
E4 Management et gestion des unités commerciales	U4	4	Ecrite	5h	Ponctuelle
E5 Analyse et conduite de la relation commerciale	U5	4	Orale	45 min (1) + 45 min	3 situations d'évaluation
E6 Projet de développement d'une unité commerciale	U6	4	Orale	40 min	2 situations d'évaluation
Epreuve facultative					
EF1 Langue vivante étrangère 2 (2)	UF1		Orale	20 min	Ponctuelle orale

(1) Temps de préparation

(2) La langue vivante étrangère choisie au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différente de celle choisie au titre de l'épreuve obligatoire.
Seuls les points au dessus de la moyenne peuvent être pris en compte.

B.T.S. MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES

L'activité commerciale est liée à l'accroissement de nouveaux marchés. Le jeune en management des Unités Commerciales exerce ses activités dans des entreprises commerciales, industrielles et de service, où il participe à l'organisation, à la réflexion de la stratégie de l'entreprise, à la définition des objectifs commerciaux.

Il a le sens des responsabilités, une grande aisance communicationnelle, connaît l'art de la négociation, est capable d'animer l'équipe avec laquelle il travaille.

PROGRAMME :

Français

L'objectif de l'enseignement du français dans la section B.T.S. est de permettre au jeune de communiquer efficacement dans la vie courante ou dans la vie professionnelle à tous les niveaux hiérarchiques.

Cette communication suppose, à son tour, une maîtrise des techniques d'expression écrite et orale afin de rendre le jeune capable de rédiger des lettres, rapports, notes de synthèse et de préparer ainsi l'examen écrit.

Langue vivante

L'étude de la langue étrangère permet au jeune de dialoguer dans un cadre professionnel, d'exploiter des informations professionnelles dans la langue étudiée et d'appréhender des situations linguistiques.

Lecture de la presse en langue étrangère et rédaction de courriers commerciaux.

Economie générale & d'entreprise

- Les langages économiques
- La documentation économique
- L'analyse d'une situation économique
- Les fondements de la connaissance économique
- Les fonctions économiques
- Le financement de l'économie
- La régulation
- Les relations internationales
- L'économie mondiale
- Le vocabulaire économique
- La documentation économique
- L'analyse d'une situation d'entreprise
- L'analyse d'un problème de gestion
- L'entreprise, des approches complémentaires
- L'entreprise, centre de décision
- L'entreprise et la gestion des activités
- L'entreprise et sa démarche stratégique

Droit

- La documentation juridique et ses spécialités
- L'analyse d'une situation juridique
- La position d'un problème juridique
- Le droit et l'activité économique
- Le cadre juridique de l'activité économique
- L'activité économique & juridique et les mécanismes fondamentaux
- L'entreprise et l'activité commerciale
- Les relations juridiques de l'entreprise avec les consommateurs
- Les relations interentreprises

Mercatique

Les bases de la mercatique

- La démarche mercatique
- Le marché des produits & services

La relation commerciale

- La relation commerciale et son contexte
- La relation commerciale et le marché
- La relation commerciale et la mercatique de l'Unité Commerciale

- Le contexte organisationnel de la relation commerciale
- L'évaluation des performances

La mercatique des réseaux d'unités commerciales

- Les réseaux d'unités commerciales
- La stratégie mercatique des réseaux d'unités commerciales.

Management des Unités Commerciales

Les fondements du management

- L'organisation
- L'individu dans l'organisation
- Le Management

Le management de l'unité commerciale

- Les missions du manager
- Les outils du manager

Le management de l'équipe de l'unité commerciale

- Le contexte réglementaire
- L'équipe commerciale

Gestion des unités commerciales

Gestion courante de l'unité commerciale

- Le cycle d'exploitation
- Les opérations de règlement
- Les relations avec les banques
- Les stocks
- La trésorerie
- L'analyse de l'exploitation

Gestion des investissements

- La notion d'investissement
- Les ressources internes de financement
- Les ressources externes de financement des investissements
- La rentabilité des investissements

Communication

Introduction à la communication

La communication dans la relation interpersonnelle

- Les acteurs de la communication
- Les relations entre les acteurs
- L'impact de l'environnement social
- L'efficacité relationnelle
- La communication professionnelle : règles & outils

- La constitution et l'évolution de l'équipe commerciale

- La valorisation du potentiel de l'équipe commerciale

- La rémunération de l'équipe commerciale

- L'organisation du travail de l'équipe

- L'animation de l'équipe

Le management de projet

Gestion de l'offre de l'unité commerciale

- Les coûts dans l'unité commerciale
- La fixation des prix

Gestion prévisionnelle

- La démarche budgétaire
- Les méthodes de prévision
- Les budgets

Evaluation des performances de l'unité commerciale

- Tableaux de bord
- Gestion des risques

TYPES DE MISSIONS CONFIEES A UN JEUNE EN CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION :

- Elaboration du fichier client
- Opérations de marketing direct
- Recherche de fichiers
- Prospection de nouveaux clients
- Organisation et animation de foire, d'expositions
- Négociation et vente de produits et de services
- Analyse et bilan des ventes

La communication dans la relation managériale

- Les spécificités de la communication
- La communication et le management de projet

La communication dans la relation commerciale

- Le diagnostic de la situation de relation commerciale
- Les spécificités de la communication dans la relation commerciale

COMPETENCES PROFESSIONNELLES DEMANDEES A UN ETUDIANT EN MUC :

- Manager une équipe commerciale
- Gérer une unité commerciale
- Piloter des projets d'action commerciale ou de management
- Maîtriser la relation avec la clientèle
- Gérer l'offre produits / services
- Rechercher et exploiter l'information nécessaire à l'activité commerciale