



➔ Niveau de formation :
1er cycle (Bac+2)
➔ Scolarité : classique et
alternance

BTS Management des unités commerciales

Qualités et aptitudes

Energie physique, confiance en soi, facilité d'élocution, sens du commerce.

Objectifs de la formation

Le consommateur d'aujourd'hui est plus expérimenté, plus informé et plus exigeant. De ce fait, la fonction commerciale a évolué vers une personnalisation de l'offre et de la relation client ainsi qu'au développement des services associés. Le nouveau programme du BTS a pour objectif de former des généralistes opérationnels et polyvalents capables de participer à l'ensemble des activités commerciales d'une surface de vente ou d'une entreprise commerciale.

Le domaine d'activité couvre la totalité des opérations relatives à l'achat et à la vente et nécessite donc des qualités de communication, de rigueur et un esprit d'initiative.

La formation permet de participer à l'organisation de l'ensemble des activités commerciales, à la réflexion stratégique et à la définition des objectifs commerciaux, aux choix des politiques d'achat et de vente, à la recherche de circuits et de moyens de distribution et à la réalisation de la promotion commerciale.

Le BTS Management des unités commerciales permet d'accéder à quatre fonctions principales :

Management d'une unité commerciale (magasin, agence, service commercial, ...), 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, le degré d'autonomie dans les missions confiées dépend principalement de la taille de l'entreprise.

Débouchés

Attaché commercial, négociateur, acheteur, chargé d'études de marché, assistant ou chef de produit marketing et vente, chargé de clientèle, conseiller en merchandising, assistant chef de rayon...

Poursuite des études

➔ **Filière Commerce :**
3^e année de spécialisation et préparation du Diplôme Européen d'Études Supérieures de Marketing (**DEESMA**) et/ou le Bachelor Affaires Internationales et Commerce
4^e et 5^e années : préparation du **MASTERE SPECIALISE**.

➔ **Autres filières :**
Se référer aux formations 2^e et 3^e cycles de l'Institut de Commerce et de Gestion (page 32 de cette plaquette).



Programme du BTS

Management des unités commerciales

- ➔ **Culture et expression française.**
- ➔ **Langue vivante A** (B en option).
- ➔ **Economie générale.**
- ➔ **Economie d'entreprise.**
- ➔ **Droit.**
- ➔ **Mercatique :** le marché (offre, demande, environnement), la relation commerciale (comportement d'achat, agencement, approvisionnement, ...), les réseaux d'unités commerciales (organisation et stratégies).
- ➔ **Management des unités commerciales :** les fondements du management, le manager (missions et outils), l'équipe commerciale (contexte juridique, constitution, valorisation, rémunération), le management de projet.
- ➔ **Gestion des unités commerciales :** gestion courante (stocks, trésorerie), gestion des investissements (ressources internes et externes, rendement), gestion de l'offre (coûts et fixation des prix), gestion prévisionnelle. Circuits, définition de la stratégie commerciale, mise en œuvre des décisions stratégiques, gestion commerciale).
- ➔ **Communication :** dans les relations managériales et commerciales.
- ➔ **Informatique commerciale :** l'organisation de l'information, informatique appliquée à la gestion de la recherche clientèle, de l'offre et de l'unité commerciale, présentation et diffusion de l'information.
- ➔ **Bureautique** (traitement de texte, tableur).
- ➔ **Internet** (utilisation et découverte des potentialités techniques d'un site Web).
- ➔ **Stages en entreprise** (12 à 14 semaines).

« Le Marketing est si fondamental qu'on ne saurait le regarder comme une fonction séparée. Si s'identifier à l'ensemble de l'entreprise considérée du point de vue de son aboutissement final, c'est à dire le client »

PETER DRUCKER

ICOGES