

BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES BAC +2

Alternance / Initial

OBJECTIFS

Le titulaire du BTS Management des Unités Commerciales a pour perspective de prendre la responsabilité de tout ou partie d'une unité commerciale.

Il se dirige vers des postes tels que :

- Conseiller(ère) commercial(e),
- Chargé(e) de clientèle,
- Vendeur(euse) conseil,
- Chef(fe) de rayon,
- Télévendeur(euse).

Les opportunités professionnelles sont très nombreuses, aussi bien en PME qu'en grande entreprise, dans l'industrie, les services et la distribution.

MISSIONS EN ENTREPRISE

Le manager des unités commerciales gère la relation client dans sa globalité : prospection, vente, fidélisation et après-vente. Au contact direct 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. Il gère et anime l'offre de produits et de services, participe au merchandising, à la mise en valeur de l'offre et à la dynamisation de l'offre au travers d'actions commerciales : mailings, promotions, ...

C'est aussi un **gestionnaire** : il a en charge un rayon ou un portefeuille de clients et doit veiller à la rentabilité de ses actions.

C'est enfin un **manager** : son travail doit s'intégrer dans l'optique de la réussite de l'équipe commerciale. Il participe à son animation : gestion des plannings, création de tableaux de bord, animation de réunions commerciales, etc.

MODALITÉS D'ADMISSION

Pour faire acte de candidature, il faut être au moins titulaire d'un diplôme de niveau IV (*Bac général, technologique, professionnel*) et avoir des connaissances informatiques de base.

Sélection : sur dossier, tests écrits et entretien de motivation.

ET APRÈS

Suite à l'obtention de votre BTS, vous pourrez, si vous le souhaitez, poursuivre vos études en intégrant un BAC+3 à l'ISME.



LIEU DE FORMATION ISME

Institut Supérieur de
Management des Entreprises
6 rue du Moulin de la Halvêque
44300 NANTES

CONTACT

Relations Entreprises
& Candidats
02 40 50 56 37
contact@isme.fr

RENTRÉE
Septembre

DURÉE
2 ans

FORMAT PÉDAGOGIQUE

Formation initiale

statut étudiant

Formation en alternance

*contrat de professionnalisation
apprentissage (selon places disponibles)*

Formation continue

CPF, Fongécif

PROGRAMME

Culture générale et expression

- La communication orale : entretien, argumentation, débat, compte rendu
- La communication écrite : méthodologie du résumé, de la discussion et de la synthèse

Langue vivante : Anglais

- La communication orale et écrite
- Les dialogues dans une perspective professionnelle
- L'exploitation des sources d'information

Économie générale

- Les fondements de la connaissance économique
- Les fonctions économiques
- La répartition des revenus
- La consommation et l'épargne
- Le financement et l'économie
- La régulation
- Les relations économiques internationales
- L'économie mondiale

Management des entreprises

- Finaliser, mobiliser et évaluer
- Diriger et décider
- Définir une démarche stratégique
- Établir un diagnostic stratégique
- Effectuer des choix stratégiques
- Choisir une structure
- Faire évoluer une structure
- Mobiliser les ressources humaines
- Financer des activités

Droit

- Les obligations
- Les acteurs de la vie juridique
- Le droit social
- Les relations juridiques entreprises - consommateurs
- Les relations juridiques inter-entreprises

Développement de l'Unité Commerciale

- La démarche mercatique et le SIM
- L'approche mercatique des produits et services
- Le marché : approche générale
- Les facteurs constitutifs du comportement des consommateurs
- Les réseaux d'Unité Commerciale
- Les stratégies de prix et de communication
- Les stratégies de développement des réseaux
- Relations producteurs/distributeurs
- La logistique

Gestion de la relation commerciale

- Le contexte de la relation commerciale
- L'influence du marché sur la relation commerciale
- La relation commerciale et l'unité commerciale
- La gestion du quotidien

Management et Gestion de l'Unité Commerciale

1 - Le management de l'Unité Commerciale

- Le métier de manager d'Unité Commerciale
- Les fondements du management
- Missions et outils du manager
- Le management et l'organisation de l'équipe commerciale
- La gestion de projet
- Recrutement de l'équipe commerciale, rémunération, animation et formation

2 - La gestion courante de l'Unité Commerciale

- Gestion des investissements
- Coûts et fixation des prix
- Gestion prévisionnelle
- Projet de développement de l'Unité Commerciale

Projet de développement commercial

- Piloter un projet d'action commerciale ou de management
- Développer et maintenir la clientèle
- Élaborer une offre commerciale adaptée à la clientèle

Règlement d'examen

Intitulé des épreuves		Durée	Coef	Durée		Coef
Enseignements fondamentaux				Enseignements professionnels		
Culture générale	écrit	4 h	3	Analyse et conduite de la relation commerciale	oral	45 mn 4
Langue vivante 1	écrit	2 h	2	Management et gestion des unités commerciales	écrit	5 h 4
	oral	20 mn + 20 mn	1			
Economie Droit	écrit	4 h	2	Projet de développement d'une unité commerciale	oral	40 mn 4
Management	écrit	3 h	1			

VALIDATION Diplôme d'État.