

## FICHE FORMATION : BTS MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES

**Pré requis :** niveau BAC (*général, professionnel, technologique*)

**Objectifs de la formation :**

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

**Durée de la formation :** 24 mois

**Nombre de participants :** minimum 12 - maximum 20

**Modalités d'accès à la formation :** présentation collective, tests, entretien(s) individuel(s)

**Modalités d'évaluation :**

- En cours de formation : contrôle continu écrit et oral sur les modalités et objectifs de l'examen final avec délivrance d'un compte-rendu par semestre ;
- En fin de formation : examen final organisé par l'Education Nationale en centre d'examen.

**Lieu de la formation :** Centre de formation TREMPIN 84 – 813 Chemin du Périgord 84130 LE PONTET

**Modalités pédagogiques :** cours collectifs en face à face par module de formation, manuels scolaires individuels, matériel pédagogique.

**A l'issue de la formation :**

- En cas de réussite à l'examen : obtention du diplôme du BTS Management des Unités Commerciales (Diplôme de niveau III).
- En cas d'échec à l'examen : possibilité de conserver les notes supérieures ou égales à 10 dans un délai de 5 ans. Remise d'une attestation d'heures effectuées, par le centre de formation.

**Une équipe de formateurs expérimentés :** Une formatrice en culture générale et expression ; une formatrice en langue vivante étrangère ; une formatrice en juridique, économie et management des entreprises ; une formatrice en informatique ; un formateur et gérant d'entreprise en gestion ; un formateur en gestion de la relation commerciale ; un chef de secteur en commerce alimentaire ; un formateur en communication et management ; une formatrice en Développement de l'Unité Commerciale et marketing.

**Le titulaire du BTS Management des Unités Commerciales** à 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 (magasin, supermarché, agence commerciale, site marchand).

**La démarche d'un vendeur/manager polyvalent :**

Le vendeur/manager doit **exploiter en permanence les informations commerciales** disponibles pour suivre et développer l'activité de l'unité commerciale. 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, 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.

**Les activités et tâches du vendeur/manager polyvalent :**

Dans le cadre de son unité commerciale, le titulaire remplit les missions suivantes :

**Management de l'unité commerciale** (établir des plannings, gérer les absences, traiter les conflits).

**Gestion de la relation avec la clientèle** (accueillir, conseiller, diriger, vendre et encaisser, gérer les stocks, passer les commandes, réceptionner les marchandises).

**Gestion et animation de l'offre de produits et de services** (entretien de l'UC, mise en valeur des produits/services, création d'affiches/PLV/TG, animation du point de vente).

**Recherche et exploitation de l'information nécessaire à l'activité commerciale** (analyse des bilans, création de tableaux de bord, compte-rendu d'activité, proposition d'amélioration/de solution).

**Nombre d'heures par matières :** *Le nombre d'heures peut être amené à varier suivant le planning de chaque session de formation*

<b>Matières</b>	<b>1<sup>ère</sup> année</b>	<b>2<sup>ème</sup> année</b>	<b>Total</b>
Culture générale et expression	42h	39h	81h
Langue vivante étrangère	67h	62h	129h
Economie – Droit – Management des entreprises	101h	107h	208h
Management et gestion des unités commerciales	71h	99h	170h
Gestion de la relation commerciale	119h	49h	168h
Développement de l'unité commerciale	70h	138h	208h
Informatique commerciale	41h	60h	101h
Communication	35h	-	35h
<b>TOTAL</b>	<b>546h</b>	<b>554h</b>	<b>1100h</b>

**Nous contacter :**

Mail (information) : [formationbts@tremplin84.fr](mailto:formationbts@tremplin84.fr)

Mail (inscription) : [inscriptionalt@tremplin84.fr](mailto:inscriptionalt@tremplin84.fr)

🔗 Ce BTS se prépare en contrat de professionnalisation, en initial, en CIF ou en période de professionnalisation. (Individualisation des parcours)

## PROGRAMME DU BTS MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES

### Culture générale et expression :

Maîtrise de l'expression écrite et orale  
Développement des connaissances en culture générale, vocabulaire et syntaxe  
Aptitude à l'analyse, la synthèse, l'exposé, le compte-rendu et la rédaction de courrier

### Langue vivante étrangère :

Compréhension et expression écrite (synthèse, rédaction de courriers et de lettres commerciales)  
Compréhension et expression orale (compte-rendu et exposé)

### Economie :

La coordination des décisions économiques par l'échange  
La création de richesses et la croissance économique  
La répartition des richesses  
La politique économique dans le cadre européen  
La gouvernance de l'économie mondiale

### Management des entreprises :

Entreprendre et diriger  
Elaborer une stratégie  
Adapter la structure  
Mobiliser les ressources

### Droit :

L'individu au travail  
Les structures et les organisations  
Le contrat, support de l'activité de l'entreprise  
L'immatériel dans les activités économiques  
L'entreprise face au risque

### Management et Gestion des Unités Commerciales :

Présentation de l'unité commerciale  
Le management des organisations  
Les missions du manager de l'unité commerciale  
Le fonctionnement de l'unité commerciale  
L'équipe commerciale  
Les métiers commerciaux  
Le contexte règlementaire de l'équipe  
Le management de l'équipe commerciale  
La communication managériale  
L'organisation du travail de l'équipe

Les achats et les approvisionnements  
La gestion des flux d'entrée et de sorties des marchandises  
La gestion économique des stocks  
La facturation  
Les règlements et les relations avec les banques  
Le calcul des coûts dans l'unité commerciale  
Le seuil de rentabilité commercial  
La fixation du prix  
Les objectifs et les plans d'action de l'unité commerciale  
Le management de projet  
L'animation de l'équipe commerciale  
La rémunération  
L'analyse des données statistiques  
La prévision des tendances  
La prévision dans l'UC  
La définition des budgets  
L'analyse du compte de résultat  
Le bilan  
Les amortissements et dépréciations des actifs  
Le suivi de la trésorerie  
La gestion du risque  
Les indicateurs et tableaux de bord  
Le recrutement de l'équipe commerciale  
Formation et développement du potentiel de l'équipe  
Le financement des investissements  
Le plan de financement

### Gestion de la Relation avec la Clientèle :

Les unités commerciales physiques et virtuelles  
La relation commerciale  
L'organisation managériale de l'UC  
L'équipement et la maintenance  
L'agencement de l'UC  
La clientèle de l'UC  
Le comportement du client dans l'UC  
La concurrence et les partenaires institutionnels de l'UC  
La vente, la négociation et la relation de service  
La fidélisation des clients  
La gestion de l'offre de l'UC  
Les achats et les approvisionnements de l'UC  
Les prix et les conditions commerciales  
La mise en valeur de l'offre de produits et services

Le merchandising de l'UC  
La communication de l'UC  
L'évaluation des performances de l'UC

### Communication :

La communication interpersonnelle  
La communication orale  
La connaissance de soi et des autres  
Les compétences relationnelles  
Situations de relation commerciale  
La communication professionnelle externe  
La communication professionnelle interne  
La préparation de la vente  
L'entretien de vente

### Développement de l'Unité Commerciale :

La démarche mercatique  
Les particularités de l'activité de service  
La mercatique et la qualité de service  
La demande  
L'offre  
L'environnement  
Le comportement des consommateurs  
L'étude du marché de l'UC  
Les études qualitatives et quantitatives  
La segmentation  
Le système d'information mercatique  
La marque  
L'emballage, le conditionnement, la stylique  
L'organisation des réseaux d'UC  
Les stratégies de développement des réseaux d'UC  
Le portefeuille de produits et services  
La stratégie de prix  
Les stratégies de fidélisation  
La communication des réseaux d'UC  
Le plan de communication des réseaux d'UC  
Les relations entre producteurs et distributeurs  
La mercatique des achats  
La logistique

**Informatique commerciale :**  
Les réseaux  
Outlook  
Excel  
Access  
Publisher  
PowerPoint  
Le Sphinx  
GanttProject

### Référentiel de l'examen :

#### Épreuves

Épreuves	Coefficient	Forme	Durée
Culture générale et expression	3	Écrit	4h
Langue vivante étrangère	1.5	Écrit	2h
	1.5	Oral	20 min + 20 min
Economie/Droit	2	Écrit	4h
Management des entreprises	1	Écrit	3h
Management et gestion des unités commerciales	4	Écrit	5h
Analyse et conduite de la relation commerciale	4	Oral et Pratique	45 min
Projet de développement d'une unité commerciale	4	Oral	40 min

**Débouchés et perspectives d'avenir :** Manager/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 flux, superviseur