

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.

Le titulaire du BTS 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 (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 :

Matières	1^{ère} année	2^{ème} année	Total
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
TOTAL	546h	554h	1100h

Le nombre d'heure peut être amené à varier suivant le planning de chaque session de formation.

Nous contacter :

Mail (information) : formationbts@tremplin84.fr

Mail (inscription) : 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 :

Epreuves

Culture générale et expression
Langue vivante étrangère

Coefficient

3
1.5
1.5
2
1
4
4
4

Forme

Ecrit
Ecrit
Oral
Ecrit
Ecrit
Oral et Pratique
Oral

Durée

4h
2h
20 min + 20 min
4h
3h
5h
45 min
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