



BTS Management des unités commerciales

OBJECTIF :

Le Brevet de Technicien Supérieur en Management des unités commerciales est un BTS généraliste dans la formation commerciale. Il a pour objectif de former des commerciaux qui exercent leurs activités dans tous les domaines de l'achat ou de la vente et dans tous les types d'entreprise : organisation de l'ensemble des activités commerciales, choix des politiques d'achat et de vente, identification des besoins des consommateurs et des partenaires de l'entreprise, recherche des circuits de distribution, réalisation d'opérations de communication...

Le cursus est de deux ans après le baccalauréat et la formation vise à développer des aptitudes humaines (**dynamisme, ouverture d'esprit, culture générale, sens des relations et de la négociation...**) et techniques (**maîtrise des outils de gestion, culture économique et juridique, méthodologie des techniques de commercialisation, des techniques financières...**).

CONDITIONS D'ADMISSION ET DEROULEMENT DE LA FORMATION :

Pour pouvoir faire partie des effectifs du BTS Management des Unités commerciales, il faut être titulaire d'un baccalauréat ES, L, S, STI, STT, STG, SMS, d'un bac professionnel ou d'un D.A.E.U. (Diplôme d'Accès aux Etudes Universitaires).

Examen du dossier de candidature et/ou Entretien individuel

La formation se déroule en alternance :

- ◆ Durée : 1200 heures en deux années
- ◆ Alternance : 1 semaine de cours / 2 semaines en entreprise

Validation du diplôme :

Examen BTS National (rectorat)

Les débouchés:

Secteurs d'activités : distribution, management des ventes, chef de rayon, attaché commercial, assistant commercial ou marketing

Le programme

CULTURE ET EXPRESSION FRANCAISE

- Exposés oraux,
- Analyse et résumé d'un texte,
- Comparaison de textes convergents ou opposés,
- Étude logique d'une argumentation, constitution et analyse d'une documentation,
- Composition d'un essai à partir de textes ou de documents,
- Rédaction d'une lettre, d'un rapport, d'un compte-rendu, etc.

Tout ceci nécessite une connaissance suffisante de la langue : vocabulaire et syntaxe.

LANGUE VIVANTE ETRANGERE

- Compréhension de la langue étrangère,
- Production écrite en langue étrangère,
- Compréhension et production de la langue orale.

L'enseignement de la langue s'appuie sur des documents de toute nature représentatifs de la civilisation et de la vie quotidienne du pays étranger, mais également en relation avec la spécialité professionnelle choisie.

ECONOMIE D'ENTREPRISE

- L'entreprise et ses systèmes
- Le savoir-entreprendre,
- Le fonctionnement de l'entreprise.
- La stratégie,
- Entreprise et Société.

ECONOMIE GENERALE

- Introduction à la connaissance économique,
- Les acteurs de la vie économique et sociale et leurs comportements,
- Prix et revenus,
- La monnaie et le financement de l'économie.
- Évolution et analyse des grandeurs globales de l'économie.

Les formes d'organisation de l'activité économique et des principaux types d'économies réelles à divers niveaux de développement.

- Les relations économiques internationales.
- Développement et croissance.

DROIT

- Cadre de la vie juridique,
- Les acteurs de la vie juridique,
- Les droits et les biens,
- Sources des obligations.
- Structure juridique de l'entreprise,
- Le cadre juridique des échanges,
- Droit social.

MERCATIQUE

- La démarche mercatique,
- Le marché des produits et services,
- La relation commerciale et son contexte,
- La relation commerciale et le marché,
- La relation commerciale et la mercatique opérationnelle de l'unité commerciale,
- Le contexte organisationnel de la relation commerciale,
- L'évaluation des performances,
- Les réseaux d'unités commerciales,
- La stratégie commerciale des réseaux d'unités commerciales.

DEVELOPPEMENT DES UNITES COMMERCIALES

MANAGEMENT ET GESTION DES UNITES COMMERCIALES

- L'organisation,
- L'individu dans l'organisation,
- Le management,
- Les missions du manager,
- Les outils du manager,
- Le contexte réglementaire de l'équipe,
- L'équipe commerciale,
- La constitution et l'évolution de l'équipe,
- La valorisation du potentiel de l'équipe,
- La rémunération de l'équipe,
- L'organisation du travail de l'équipe,
- L'animation de l'équipe,
- Le management de projet.

GESTION DES UNITES COMMERCIALES

- La gestion courante de l'unité commerciale,
- Gestion des investissements,
- Gestion de l'offre de l'unité commerciale,
- Gestion prévisionnelle,
- Évaluation des performances de l'unité commerciale.

COMMUNICATION

- Introduction,
- La communication dans la relation interpersonnelle, managériale et commerciale.

INFORMATIQUE COMMERCIALE

- L'information commerciale, ressource stratégique,
- L'organisation de l'information,
- Le travail collaboratif,
- L'informatique appliquée à la gestion de la relation avec la clientèle,
- L'informatique appliquée à la gestion de l'offre,
- L'informatique appliquée à la gestion de l'unité commerciale,
- Présentation et diffusion de l'information commerciale.

Épreuves des examens

EPREUVES OBLIGATOIRES	COEFFICIENT	DUREE
Management et gestion des unités commerciales	5 h	4
Analyse et conduite de la relation commerciale	90mn	4
Projet de développement d'une unité commerciale	40 min.	4
Culture et expression française	4 h	3
Langue vivante étrangère 1	2 h 40 min	3
Économie et droit	4 h	3
Management des unités commerciales	5 h	4
EPREUVES FACULTATIVES	COEFFICIENT	DUREE
Langue vivante 2 (orale)	1	20 min

Institut de Management et de Marketing Supérieur de Commerce Caraïbes

4 bis Fbg Alexandre Isaac 97110 Pointe à Pitre Tél : **05 90 48 07 90** - Fax : 05 90 48 07 91

E-mail : i2msupdeco@wanadoo.fr -- site : www.i2msupdeco.com