



# BTS Management des Unités Commerciales

(Diplôme d'Etat, bac+2)

**Ce BTS MUC est ouvert à tous les secteurs d'activité du commerce et offre de multiples débouchés.**

## Objectifs, compétences et métiers visés :

Le BTS MUC a pour objectif de former des commerciaux mais aussi des managers polyvalents ayant une compréhension globale du management, de la mercatique et de la gestion d'une entreprise. Le titulaire du BTS MUC évolue au sein d'une unité commerciale soit en pleine autonomie soit sous l'autorité et l'encadrement d'un dirigeant. Une unité commerciale est un lieu physique ou virtuel permettant à un client potentiel d'accéder à une offre de produits ou de services (exemples d'appellation : magasin, supermarché, hypermarché, agence commerciale, site marchand...).

Les compétences demandées sont : le management de l'unité commerciale, la gestion de la relation avec la clientèle, la gestion et l'animation de l'offre de produits et de services, la recherche et l'exploitation de l'information nécessaire à l'activité commerciale

Les métiers visés sont très diversifiés. Ceux qui les exercent sont, soit des salariés, soit des indépendants. Ils accèdent, en fonction de leur expérience, de la taille de l'entreprise et des opportunités, à plusieurs niveaux de responsabilité. **Niveau assistant** : animateur des ventes, adjoint au chef de rayon, chargé de clientèle, conseiller commercial, chargé d'accueil, spécialiste des études de marché, etc. **Niveau responsable** : cadre commercial PME ou de grandes surfaces, gérant de succursale, responsable de rayon, directeur de magasin, chef d'agence commerciale, chef des ventes, chef de marché, etc.

**Prérequis** : Ce BTS est ouvert aux titulaires du baccalauréat général, technologiques ou professionnels ou aux titulaires d'un titre ou diplôme de niveau IV. Il est préparé sur 2 ans.

Le BTS MUC est préparé sur 1 an également pour les personnes qui le désirent.

**L'admission** : dossier de candidature + tests+ entretien.

**Durée de la formation** : 2 ans. Niveau terminale d'études : bac+2

**Poursuite d'étude** : BACHELOR : titre certifié niveau II « Responsable d'Agence Commerciale de Service » option ACHAT-VENTE, TOURISME, IMMOBILIER et BANQUE-ASSURANCE inscrit au RNCP (parution au Journal Officiel du 19 07 2017).

## Déroulé de la formation :

Statut étudiant : cours hebdomadaires et stages en entreprises (de 12 à 14 semaines sur les deux ans)

Statut alternant : deux jours de cours par semaine en alternance avec présence en entreprise à 75 % du temps sur la période du contrat d'alternance.

## Objectifs pédagogiques et matières :

L'objectif est d'occuper des fonctions dans une unité commerciale. La formation du BTS MUC est généraliste afin de pouvoir intervenir sur l'ensemble du processus commercial : la découverte client, la vente, la fidélisation, le service après-vente, optimisation du produit ou du service. **Les matières** : culture générale et expression française, anglais, économie générale, droit, management de l'entreprise, communication, informatique commerciale, gestion relation client, management et gestion de l'unité commerciale, développement de l'unité commerciale. Les enseignements reçus permettent la mise en place de stratégie pour développer l'offre commerciale, attirer les clients, les motiver à l'achat et les fidéliser.

**Nos atouts** : Petits effectifs, Préparation à l'examen : Devoirs surveillés + BTS blanc + DM, Suivi en stage/ entreprise avec rapport de synthèse, Entretien individuel le long de la formation, De bons résultats aux examens depuis des années dues à des formateurs hautement qualifiés, Des professionnels qui interviennent tout le long de l'année,

**Méthode pédagogique** : En alternance, en formation initiale, par correspondance.

**Moyens d'encadrement** : la scolarité est organisée sous la responsabilité de la Direction. Un professeur/formateur référent est en charge de la section de BTS. Les conseillers de formation sont en charge des relations avec les entreprises et le tuteur dans le cadre des stages ou de l'alternance. L'équipe pédagogique est constituée d'enseignants /formateurs et de professionnels intervenants extérieurs.

**Moyens techniques** : une salle informatique, une borne wifi et des vidéoprojecteurs. Nos moyens techniques sont en constante évolution avec la mise en avant du digital. Accès aux ressources pédagogiques : revues professionnelles et autres.

**Modalités d'évaluation** : Les notations sont accessibles sur l'interface de suivi scolaire TRIADE.



Epreuves		Forme	Durée	Coeff.
Français	U1	Ecrit	4 h	3
LVI	U2	Ecrit	2 h	1,5
Eco. droit et Manag.	U3	Oral	20 min*	1,5
Partie économique et juridique	UE31	Ecrit	2h	1
Management des Entreprises	UE32	Ecrit	3h	1
<b>Management et gestion des unités commerciales</b>	<b>U4</b>	Ecrit	5 h	4
<b>Analyse et conduite de la relation commerciale</b>	<b>U5</b>	Oral	45 min*	4
<b>Projet de développement d'une unité commerciale</b>	<b>U6</b>	Oral	40 min*	4
LVII	-	Oral	20 min*	1

## MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES

### LES FONDEMENTS DU MANAGEMENT

L'organisation  
L'individu dans l'organisation  
Le management

### LE MANAGEUR DE L'UNITE COMMERCIALE

Les missions du manager  
Les outils du manager

### LE MANAGEMENT DE L'EQUIPE DE L'UNITE COMMERCIALE

Le contexte réglementaire  
L'équipe commerciale  
La constitution et l'évolution de l'équipe commerciale  
La valorisation du potentiel de l'équipe commerciale  
La rémunération de l'équipe commerciale

### L'ORGANISATION DE L'EQUIPE

L'organisation du travail de l'équipe  
L'animation de l'équipe

### LE MANAGEMENT DE PROJET

### GESTION DES UNITES COMMERCIALES

#### GESTION COURANTE DE L'UNITE COMMERCIALE

Le cycle d'exploitation  
Les opérations de règlement  
Les relations avec les banques  
Les stocks  
La trésorerie

#### L'ANALYSE DE L'EXPLOITATION

#### GESTION DES INVESTISSEMENTS

La notion d'investissement  
Les ressources internes de financement  
Les ressources externes de financement des investissements  
La rentabilité des investissements

#### GESTION DE L'OFFRE DE L'UNITE COMMERCIALE

Les coûts dans l'unité commerciale  
La fixation des prix

#### GESTION PREVISIONNELLE

La démarche budgétaire  
Les méthodes de prévision  
Les budgets

#### EVALUATION DES PERFORMANCES DE L'UNITE

Tableaux de bord/Gestion des risques

## MERCATIQUE

### LES BASES DE LA MERCATIQUE

La démarche mercatique  
Le marché des produits et services

### LA RELATION COMMERCIALE

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

### LA MERCATIQUE DES RESEAUX D'UNITES COMMERCIALES

Les réseaux d'unités commerciales  
La stratégie mercatique des réseaux d'unités commerciales

## COMMUNICATION

### INTRODUCTION A LA COMMUNICATION

#### LA COMMUNICATION DANS LA RELATION INTER-PERSONNELLE

Les acteurs de la communication  
Les relations entre les acteurs  
L'impact de l'environnement social  
L'efficacité relationnelle

La communication professionnelle : règles et outils

#### LA COMMUNICATION DANS LA RELATION MANAGERIALE

Les spécificités de la communication managériale  
La communication et le management de projet

#### LA COMMUNICATION DANS LA RELATION COMMERCIALE

Le diagnostic de la situation de relation commerciale  
Les spécificités de la communication dans la relation commerciale

## INFORMATIQUE COMMERCIALE

### L'INFORMATION COMMERCIALE, RESSOURCE STRATEGIQUE

Les différents types d'information commerciale  
La qualité de l'information commerciale  
L'accès à l'information

### L'ORGANISATION DE L'INFORMATION

L'organisation des informations  
L'organisation physique et matériel  
Le poste de travail du commercial  
La mutualisation et le partage de l'information commerciale  
L'organisation des échanges  
La mise en œuvre du travail collaboratif

### INFORMATIQUE APPLIQUEE A LA GESTION DE LA RELATION AVEC LA CLIENTELE

Qualification des données clientèle/La segmentation de la clientèle  
Les actions personnalisées/Les études et enquêtes

### INFORMATIQUE APPLIQUEE A LA GESTION DE L'OFFRE

La définition générique de l'offre  
L'élaboration de l'offre adaptée à l'unité commerciale  
La mise en place de l'offre dans l'unité commerciale

### INFORMATIQUE APPLIQUEE A LA GESTION DE L'UNITE COMMERCIALE

L'élaboration du tableau de bord  
Le suivi des objectifs et le contrôle des performances

### PRESENTATION ET DIFFUSION DE L'INFORMATION COMMERCIALE

La définition de l'identité graphique de l'unité commerciale  
L'élaboration des supports de communication  
Les modalités de la diffusion de l'information commerciale

## FRANCAIS

## LANGUE VIVANTE I

## ECONOMIE - MANAGEMENT DES ENTREPRISES - DROIT

\*sous réserve de modifications du référentiel par l'Education Nationale