

● Personnel concerné

Toute personne envisageant de se présenter au B.T.S. Management des Unités Commerciales.

● Pré-requis

Être titulaire d'un baccalauréat ou d'un niveau baccalauréat ou justifier d'une expérience professionnelle.

L'ASFO décline toute responsabilité quant à des inscriptions à l'examen ne répondant pas aux critères prévus par les textes.

● Buts professionnels

- 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 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.

● Objectifs pédagogiques

Être capable :

- d'assurer le fonctionnement de l'unité commerciale,
- d'assurer la gestion prévisionnelle,
- d'assurer la communication des résultats de l'activité,
- de vendre,
- d'assurer la qualité de service à la clientèle,
- d'élaborer une offre commerciale adaptée à la clientèle,
- de gérer les achats et les approvisionnements,
- de mettre en place un espace commercial attractif et fonctionnel,
- de dynamiser l'offre de produits et de services,
- d'assurer la veille commerciale,
- de réaliser des études commerciales,
- d'enrichir et exploiter le système d'information commercial,
- d'intégrer les technologies de l'information dans son activité.

● Modes d'évaluation

- Contrôles notés en cours de formation.
- Une évaluation qualitative de la formation est demandée aux stagiaires en fin de stage.
- Présentation au B.T.S.

● Méthodes pédagogiques

- Apports théoriques.
- Préparation intensive à l'examen.
- Suivi par un maître de stage.

Documentation : un support de cours est remis aux stagiaires.

● Durée

142 jours.

PROGRAMME

(couvrant l'ensemble du programme officiel)

CULTURE ET EXPRESSION FRANÇAISE

LANGUE ETRANGERE

- Anglais ou Espagnol.

ECONOMIE GENERALE

- Introduction à l'économie
- Les acteurs de la vie économique
- Les prix et les revenus
- La monnaie et le financement de l'économie
- Analyse des grandeurs globales de l'économie
- Les principaux types d'économies
- Les relations économiques internationales
- Développement et croissance.

ECONOMIE D'ENTREPRISE

- Le savoir-entreprendre
- Le fonctionnement de l'entreprise
- L'entreprise et les systèmes
- La stratégie.

DROIT

- Le cadre de la vie juridique
- Les acteurs de la vie juridique
- Les sources des obligations
- Les structures juridiques de l'entreprise
- Le cadre juridique des échanges
- Le droit social.

MERCATIQUE

- Les bases de la mercatique
- La relation commerciale
- La mercatique des réseaux d'unités commerciales

MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES

- Les fondements du management
- Le manager de l'unité commerciale
- Le management de l'équipe de l'unité commerciale
- L'organisation de l'équipe
- Le management de projet

GESTION DES UNITES COMMERCIALES

- Gestion courante de l'unité commerciale
- Gestion des investissements
- Gestion de l'offre de l'unité commerciale
- Gestion prévisionnelle
- Evaluation des performances de l'unité commerciale

COMMUNICATION

- La communication dans la relation interpersonnelle
- La communication dans la relation managériale
- La communication dans la relation commerciale

INFORMATIQUE COMMERCIALE

- L'informatique 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