

BUT - Techniques de Commercialisation : marketing et management du point de vente

Active

N° de fiche

RNCP35356

Nomenclature du niveau de qualification : Niveau 6

Code(s) NSF :

- 312p : Gestion des échanges commerciaux
- 312n : Etudes de marchés et projets commerciaux
- 312 : Commerce, vente

Formacode(s) :

- 34566 : Vente distribution
- 34554 : Commerce
- 34588 : Gestion point vente
- 34597 : Marchandisage
- 34052 : Marketing

Date d'échéance de l'enregistrement : 31-08-2026

CERTIFICATEUR(S)

Nom légal	SIRET	Nom commercial	Site internet
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE	11004401300040	-	-
UNIVERSITE DE LA REUNION	19974478000016	-	-
UNIVERSITE DE CORSE P PAOLI	19202664900264	-	-
UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE	13002806100013	-	-



UNIVERSITE LE HAVRE NORMANDIE - INSTITUT SUPERIEUR ETUDES LOGISTIQUES	19762762300121	-	-
UNIVERSITE VERSAILLES ST QUENTIN YVELINE	19781944400013	-	-
UNIVERSITE DE BORDEAUX	13001835100010	-	-
UNIVERSITE DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE (URCA)	19511296600799	-	-
UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE	19801344300017	-	-
UNIVERSITE DE RENNES	13003051300019	-	-
NANTES UNIVERSITE	13002974700016	-	-
UNIVERSITE DE PERPIGNAN VIA DOMITIA (UPVD)	19660437500010	-	-
UNIVERSITE DE BRETAGNE SUD (UBS)	19561718800600	-	-
UNIVERSITE D EVRY VAL D ESSONNE	19911975100014	-	-
UNIVERSITE PAUL SABATIER TOULOUSE III	19311384200010	-	-
UNIVERSITE D ARTOIS	19624401600016	-	-
UNIVERSITE DE CAEN NORMANDIE	19141408500016	-	-
UNIVERSITE D'AIX MARSEILLE	13001533200013	-	-
UNIVERSITE PARIS XIII PARIS NORD VILLETANEUSE	19931238000017	-	-

UNIVERSITE DE TOURS	19370800500478	-	-
UNIVERSITE DE LILLE	13002975400012	-	-
UNIVERSITE DU MANS	19720916600010	-	-
UNIVERSITE PARIS EST CRETEIL VAL DE MARNE	19941111700013	-	-
UNIVERSITE DE LORRAINE	13001550600012	-	-
UNIVERSITE DE MONTPELLIER	13002979600013	-	-
UNIVERSITE DE TOULON	19830766200017	-	-
UNIVERSITE BREST BRETAGNE OCCIDENTALE (UBO)	19290346600014	-	-
UNIVERSITE PARIS-SACLAY	13002602400054	-	https://www.universite-paris-saclay.fr/ (https://www.universite-paris-saclay.fr/)
UNIVERSITE DE ROUEN NORMANDIE	19761904200017	-	-
UNIVERSITE DE STRASBOURG	13000545700010	-	-
UNIVERSITE DE LIMOGES	19870669900321	-	-
UNIVERSITE PARIS CITE	13002573700011	-	-
UNIVERSITE DU LITTORAL COTE D OPALE	19594403800205	-	-
UNIVERSITE DES ANTILLES	19971585500011	-	-
UNIVERSITE JEAN MONNET SAINT ETIENNE - TELECOM SAINT ETIENNE	19421095100456	-	-

AVIGNON UNIVERSITE	19840685200204	-	-
UNIVERSITE GRENOBLE ALPES	13002608100013	-	-

RÉSUMÉ DE LA CERTIFICATION

Objectifs et contexte de la certification :

Le titulaire du Bachelor Universitaire de Techniques de Commercialisation intervient dans toutes les étapes de la commercialisation d'un bien ou d'un service : de l'étude de marché à la vente en passant par la stratégie marketing, la communication commerciale, la négociation et la relation client. Il couvre les secteurs d'activités en lien avec les métiers de la vente, du marketing et de la communication. Il est polyvalent, autonome et évolutif

Le titulaire du BUT Techniques de commercialisation marketing et management du point de vente est un spécialiste de la gestion commerciale qu'il exerce au sein de tout type de commerce.

Activités visées :

Conduite des actions marketing :

- en situation de développement d'un produit
- en situation de développement d'un service
- en situation de développement d'une activité non marchande

Vente d'une offre commerciale :

- en situation de vente en B to C
- en situation de vente en B to B

Communication de l'offre commerciale :

- en situation de communication de l'offre en tant qu'annonceur
- en situation de communication de l'offre en tant qu'agence de communication

Management d'une équipe commerciale sur un espace de vente:

- en situation de commerce intégré -en situation de commerce indépendant
- en situation de distribution de services -en situation de produits

Pilotage d'un espace de vente :

-en situation de commerce intégré

-en situation de commerce indépendant

-en situation de déploiement de l'activité d'un rayon ou d'un corner

-en situation de déploiement de l'activité d'un magasin

Compétences attestées :

Conduire des actions marketing :

-en analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers

-en évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché

-en quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur

-en analysant avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise

-en élaborant un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents

-en adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique

Vendre une offre commerciale :

-en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique.

-en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation

-en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation -en prospectant à l'aide d'outils adaptés

-en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale

Communiquer sur l'offre commerciale :

-en élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix

-en utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation

-en produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs

-en respectant la réglementation en vigueur.

Manager une équipe commerciale sur un espace de vente :

- en veillant à l'atteinte des objectifs commerciaux par l'équipe
- en animant l'équipe commerciale par la valorisation des compétences
- en favorisant l'adhésion à la culture d'entreprise par la transmission des valeurs et des pratiques de l'organisation

Piloter un espace de vente :

- en appréhendant l'environnement commercial pour en dégager les spécificités
- en pilotant la relation avec les fournisseurs et le réseau dans le respect des directives et des accords
- en développant l'attractivité commerciale de l'espace de vente pour optimiser les indicateurs commerciaux
- en enrichissant l'expérience client par la mesure de la satisfaction client.

Compétences transversales :

Se servir du numérique :

- en utilisant les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.

Exploiter les données à des fins d'analyse :

- en identifiant, sélectionnant et analysant avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- en analysant et synthétisant des données en vue de leur exploitation -en développant une argumentation avec esprit critique.

S'exprimer et communiquer à l'écrit et à l'oral :

- en se servant aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française
- en communiquant par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, en français et dans au moins une langue étrangère.

Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle :

- en situant son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives.
- en respectant les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale.

-en travaillant en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet.

-en analysant ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique.

Se Positionner vis à vis d'un champ professionnel :

-en identifiant et situant les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder

-en caractérisant et valorisant son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte

-en identifiant le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs

Modalités d'évaluation :

Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques, exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé, mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).

BLOCS DE COMPÉTENCES

RNCP35356BC01 - Conduire les actions marketing

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<ul style="list-style-type: none">-Analyser l'environnement d'une entreprise en repérant et appréciant les sources d'informations (fiabilité et pertinence)-Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement simple-Choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation du marché-Concevoir une offre cohérente et éthique en termes de produits, de prix, de distribution et de communication	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)</p>

- Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques
- Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement complexe
- Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe
- Concevoir un mix étendu pour une offre complexe
- Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement
- Elaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne)
- Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur
- Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre

RNCP35356BC02 - Vendre une offre commerciale

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> -Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins -Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client -Concevoir des OAV efficaces -Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs -Recourir aux techniques adaptées à la démarche de 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)</p>

prospection -Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels

- Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés
- Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat
- Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre
- Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre
- Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale
- Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l'entreprise
- Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel
- Elaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe
- Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international, etc.

RNCP35356BC03 - Communiquer l'offre commerciale

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> -Identifier les cibles et objectifs de communication en tenant compte de la cohérence du mix -Analyser de manière pertinente les moyens de communication 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de</p>

commerciale (médias, hors médias, médias sociaux)

- Elaborer des supports simples (Imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring, ...)
- Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité)
- Elaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence -Etablir une stratégie de moyens en utilisant les indicateurs de choix des supports
- Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité -Mettre en œuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-reputation.

procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)

RNCP35356BC04 - Manager une équipe commerciale sur un espace de vente

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> -Analyser les indicateurs de performances commerciales -Communiquer sur les objectifs et les résultats efficacement et professionnellement -Planifier les missions de l'équipe en accord avec la stratégie de l'espace de vente -Fixer les objectifs en accord avec la méthode SMART -Fédérer les équipes autour de l'atteinte des objectifs -Sélectionner des collaborateurs en considérant les besoins de l'équipe -Intégrer des collaborateurs 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)</p>

à l'équipe
-Valoriser les compétences
des membres de l'équipe

RNCP35356BC05 - Piloter un espace de vente

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<ul style="list-style-type: none">-Analyser le secteur et l'environnement concurrentiel-S'approprier la chaîne d'approvisionnement de l'espace de vente Agencer l'offre sur l'espace de vente en utilisant les techniques de merchandising, en particulier la théâtralisation-Personnaliser la relation client en appliquant les principes de base de la GRC Gérer la diversité des points de contacts avec le client-Comprendre les enjeux de la distribution et les évolutions du secteur Elaborer une stratégie commerciale en cohérence avec l'environnement concurrentiel-Gérer la relation avec les fournisseurs ou le réseau Implanter un plan de merchandising, défini par le réseau ou par l'équipe de vente-Optimiser les outils de GRC-Optimiser le parcours client dans une perspective omnicanale par l'intégration des différents points de contact	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet</p>

RNCP35356BC06 - Usages numériques

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<ul style="list-style-type: none">-Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences</p>

RNCP35356BC07 - Exploitation des données à des fins d'analyse

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>-Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation. -Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation. -Développer une argumentation avec esprit critique.</p>	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>

RNCP35356BC08 - Expression et communication écrites et orales

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>-Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. -Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère.</p>	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>

RNCP35356BC09 - Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>-Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives -Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale. -Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet -Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique</p>	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>

RNCP35356BC10 - Positionnement vis à vis d'un champ professionnel

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>-Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder -Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte -Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs.</p>	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par correspondance :

L'intégralité de la certification s'obtient par la validation de tous les blocs de compétences.

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Secteurs d'activités :

Le titulaire d'un BUT Techniques de Commercialisation marketing et management du point de vente exerce son activité dans des points de vente de taille et d'activité différentes. Ces activités incluent le commerce de détail, le commerce en ligne, la grande distribution et la distribution spécialisée.

D : Commerce, vente et grande distribution

M : Support à l'entreprise

Type d'emplois accessibles :

Débutant :

-Assistant manager,

-Merchandiser,

-Animateur de ventes,

-Manager de rayon

Après 3 ans :

-Chef de rayon,

-Manager de point de vente,

-Responsable de point de vente,

-Chef de secteur,

-Responsable drive

-Responsable merchandising

Code(s) ROME :

- D1406 - Management en force de vente

- D1402 - Relation commerciale grands comptes et entreprises

- M1705 - Marketing

- E1103 - Communication

Références juridiques des réglementations d'activité :

VOIES D'ACCÈS

Le cas échéant, prérequis à l'entrée en formation :

Le cas échéant, prérequis à la validation de la certification :

Pré-requis distincts pour les blocs de compétences :

Non

Validité des composantes acquises :

Voie d'accès à la certification	Oui	Non	Composition des jurys
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.

En contrat d'apprentissage	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.
Après un parcours de formation continue	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.
En contrat de professionnalisation	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.
Par candidature individuelle		X	-
Par expérience	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 613-4 du code de l'éducation.

	Oui	Non
Inscrite au cadre de la Nouvelle Calédonie	X	
Inscrite au cadre de la Polynésie française	X	

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS PROFESSIONNELLES, CERTIFICATIONS OU HABILITATIONS

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations : Oui

Certifications professionnelles, certifications ou habilitations en correspondance au niveau européen ou international :

Certifications professionnelles enregistrées au RNCP en correspondance :

N° de la fiche	Intitulé de la certification professionnelle reconnue en correspondance	Nature de la correspondance (totale, partielle)
RNCP2927 (/recherche /rncp/2927)	DUT Techniques de commercialisation	Partielle

Liens avec des certifications et habilitations enregistrées au Répertoire spécifique :

BASE LÉGALE

Référence des arrêtés et décisions publiés au Journal Officiel ou au Bulletin Officiel (enregistrement au RNCP, création diplôme, accréditation...) :

Date du JO / BO	Référence au JO / BO
12/12/2019	Arrêté du 6 décembre 2019 portant réforme de la licence professionnelle

Date de publication de la fiche	12-03-2021
Date de début des parcours certifiants	01-09-2021
Date d'échéance de l'enregistrement	31-08-2026

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Statistiques :

Lien internet vers le descriptif de la certification :

Liste complète des organismes préparant à la certification

(<https://certifpro.francecompetences.fr/webapp/services/edition/exportPartenaireSp/20908/true>)

Historique des changements de certificateurs

Nom légal du certificateur	Siret du certificateur	Action	Date de la modification
UNIVERSITE DE MONTPELLIER	13002054800017	Est retiré	01-03-2023
UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE	13002277500014	Est retiré	01-03-2023
UNIVERSITE DE RENNES I	19350936100013	Est retiré	01-03-2023
UNIVERSITE DE CORSE P PAOLI	19202664900017	Est retiré	01-03-2023
UNIVERSITE DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE	19511296600435	Est retiré	01-03-2023
UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE	13002806100013	Est ajouté	01-03-2023
UNIVERSITE DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE (URCA)	19511296600799	Est ajouté	01-03-2023
UNIVERSITE DE CORSE P PAOLI	19202664900264	Est ajouté	01-03-2023
UNIVERSITE DE MONTPELLIER	13002979600013	Est ajouté	01-03-2023
UNIVERSITE DE RENNES	13003051300019	Est ajouté	01-03-2023
UNIVERSITE DU MANS - ENS INGENIEURS DU MANS	19720916600226	Est retiré	01-06-2023

UNIVERSITE DU MANS	19720916600010	Est ajouté	01-06-2023
--------------------	----------------	---------------	------------

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation :

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation

(<https://certifpro.francecompetences.fr/api/enregistrementDroit/refActivity/20908/210475>)