

DUT Techniques de Commercialisation

Programme Pédagogique National

2005



Le nouveau PPN du DUT TC permet :

- De former les étudiants en vue d'occuper les postes de commerciaux polyvalents, autonomes et évolutifs ;
- D'accompagner les étudiants dans un véritable parcours universitaire professionnalisant ;
- De préparer une insertion professionnelle au niveau III ou une poursuite d'études.

La formation est organisée en Unités d'Enseignement (UE) à raison de 2 par semestre à l'exception des semestres 3 **ou** 4 qui comptent en plus une UE pour les activités professionnelles (stages et projets tutorés).

Adaptations locales

Les adaptations locales sont à chaque semestre des compléments, des approfondissements ou des éclairages nouveaux des matières traitées durant le semestre concerné. Ces modules sont rattachés à une des UE du semestre. Elles permettent ainsi de respecter l'unité du contenu du DUT tout en collant au maximum à la réalité locale du milieu économique et des bassins d'emploi.

Elles représentent en TC 120 heures réparties comme suit :

- Semestre 1 : 30
- Semestre 2 : 30
- Semestre 3 : 25 (module complémentaire)
- Semestre 4 : 35 (module complémentaire)

Ce total de 120 heures représente 7,5% du cursus total de 1 620 heures.

« Apprendre et travailler autrement »

Les heures consacrées à « apprendre et travailler autrement » représentent en TC 140 heures réparties comme suit :

- Semestre 1 : 35
- Semestre 2 : 35
- Semestre 3 : 35 (dont 15 cœur de métier et 20 module complémentaire)
- Semestre 4 : 35 (dont 15 cœur de métier et 20 module complémentaire)

Ce sont ainsi 100 heures consacrées à « apprendre et travailler autrement » (35 + 35 + 15 + 15) qu'il faut intégrer au cœur de compétences.

Cœur de compétences

Sur ces bases, le cœur de compétences commerciales acquises par l'étudiant, quel que soit le parcours qu'il choisit au cours des semestres 3 et 4, se répartit donc de la façon suivante :

- Semestre 1 : 425 heures
- Semestre 2 : 425 heures
- Semestre 3 : 225 heures (210 + 15 Apprendre autrement)
- Semestre 4 : 210 heures (195 + 15 Apprendre autrement)

Ce total de 1 285 heures représente 80 % du cursus total de 1 620 heures.

PPN	Programme Pédagogique National
------------	--------------------------------

CM	Cours magistraux
TD	Travaux dirigés (28 étudiants)
TP	Travaux pratiques (14 étudiants)

UE	Unité d'enseignement ; le premier chiffre de l'index représente le semestre, le 2 ^e représente le rang de l'UE dans le semestre.
-----------	---

M	Module ; subdivision de l'UE ; les 2 premiers chiffres de l'index correspondent au numéro de l'UE à laquelle est rattachée le module ; le 3e correspond au rang du module dans l'UE
----------	---

Crédits	ECTS: ils peuvent correspondre soit à des matières "académiques" (ex : négociation), soit à des applications professionnelles (stages, projets...)
----------------	--

Semestre 1		Total	CM	TD	TP	Crédits
UE11 : Découverte de l'environnement professionnel						26
M111	Environnement économique et juridique					
	Économie générale	30	15	15		
	Organisation de l'entreprise	30	15	15		
	Droit : principes généraux	30	15	15		
M112	Gestion commerciale de l'entreprise					
	Introduction à la comptabilité	30	15	15		
	Introduction à la mercatique	30	15	15		
	Logistique	20	10	10		
UE12 : Outils du développement personnel et professionnel						
M121	Outils méthodologiques					
	Bureautique TIC	30		10	20	
	Mathématiques appliquées	30	10	20		
	Projet personnel et professionnel	30			30	
M122	Outils de la relation interpersonnelle					
	Négociation	30		10	20	
	Expression communication	30		30		
	Langues étrangères de spécialité	40		20	20	
AUTRES						
	Adaptation locale	30		30		
	Apprendre et travailler autrement	35		35		
	Applications professionnelles					4
Totaux Semestre 1		425	95	240	90	30

Semestre 2		Total	CM	TD	TP	Crédits
UE 21 : Outils de l'analyse mercatique						26
M211	Analyse des marchés					
	Mercatique fondamentale	20	10	10		
	Projet personnel et professionnel	20		20		
	Études et recherches commerciales	30	10	20		
	Approche des marchés étrangers	20	10	10		
M212	Techniques de gestion					
	Informatique appliquée	20		10	10	
	Statistiques appliquées	20	10	10		
	Comptabilité de gestion	20	10	10		
UE 22 : Outils de la relation commerciale						
M221	Langages et communication					
	Communication commerciale	20	10	10		
	Expression et culture	30		30		
	Langues étrangères de spécialité	40		20	20	
	Psychosociologie de la communication	20	5	15		
M222	Vente et distribution					
	Distribution	30	15	15		
	Droit et commerce	20	10	10		
	Mercatique directe	20	5	15		
	Négociation	30		10	20	
AUTRES						4
	Adaptation locale	30		30		
	Apprendre et travailler autrement	35		35		
	Applications professionnelles					
Totaux Semestre 2		425	95	280	50	30

Semestre 3 - Insertion DUT		Total	CM	TD	TP	Crédits
UE 31 : Cœur des compétences commerciales						26
M311	Techniques commerciales					
	Mercatique opérationnelle	30	10	20		
	Langues étrangères de spécialité	30		10	20	
	Négociation (Vente - Achat)	30		10	20	
	Techniques du commerce international	30	15	15		
M312	Outils de la relation client					
	Communication commerciale	30	10	20		
	Droit et commerce	30	10	20		
	Mercatique du point de vente	30	10	20		
UE 32DUT : Module complémentaire - Insertion DUT						
M321DUT	Développement aptitudes perso					
	Psychosociologie des organisations	20		20		
	Projet personnel et professionnel	15			15	
	Expression et communication professionnelle	20		10	10	
M322DUT	Compétences opérationnelles					
	Statistiques appliquées	20	5	15		
	Droit du travail	20	10	10		
	Animation de la FDV	20		10	10	
AUTRES						
	Adaptation locale	25		25		
	Apprendre et travailler autrement	35		35		
						4
Totaux Semestre 3 - DUT		385	70	240	75	30

Semestre 3 - Insertion Licence Professionnelle		Total	CM	TD	TP	Crédits
UE 31 : Cœur des compétences commerciales						26
M311	Techniques commerciales					
	Mercatique opérationnelle	30	10	20		
	Langues étrangères de spécialité	30		10	20	
	Négociation (Vente - Achat)	30		10	20	
	Techniques du commerce international	30	15	15		
M312	Outils de la relation client					
	Communication commerciale	30	10	20		
	Droit et commerce	30	10	20		
	Mercatique du point de vente	30	10	20		
UE 32LPRO : Module complémentaire - Insertion LICENCE						
M321LPRO	Développement aptitudes perso					
	Projet personnel et professionnel	15		15		
	Langues étrangères de spécialité	20		10	10	
	Expression culture	20		10	10	
M322LPRO	Entreprise / organisation sociale					
	Management des équipes commerciales	20		10	10	
	Statistiques appliquées	20	5	15		
	Psychosociologie des organisations	20		20		
AUTRES						
	Adaptation locale	25		25		
	Apprendre et travailler autrement	35		35		
						4
Totaux Semestre 3 - Licence professionnelle		385	60	255	70	30

Semestre 3 - Poursuites d'études		Total	CM	TD	TP	Crédits
UE 31 : Cœur des compétences commerciales						26
M311	Techniques commerciales					
	Mercatique opérationnelle	30	10	20		
	Langues étrangères de spécialité	30		10	20	
	Négociation (Vente - Achat)	30		10	20	
	Techniques du commerce international	30	15	15		
M312	Outils de la relation client					
	Communication commerciale	30	10	20		
	Droit et commerce	30	10	20		
	Mercatique du point de vente	30	10	20		
UE 32POUR : Module complémentaire - Poursuite d'études						
M321POUR	Développement aptitudes perso					
	Projet personnel et professionnel	15		15		
	Langues étrangères de spécialité	20		10	10	
	Expression culture	20		10	10	
M322POUR	Compréhension du macro environnement					
	Environnement international et commercial	20	5	15		
	Mathématiques et statistiques appliquées	20	5	15		
	Culture générale, méthodologie/Synthèse	20		20		
AUTRES						
	Adaptation locale	25		25		
	Apprendre et travailler autrement	35		35		
Applications professionnelles						4
Totaux Semestre 3 - Poursuite d'études		385	65	260	60	30

Semestre 4 - Insertion DUT		Total	CM	TD	TP	Crédits
UE 41 : Techniques commerciales avancées						16
M411	Cœur de compétences commerciales					
	Stratégie qualité	45	15	30		
	Langues étrangères de spécialité	40		25	15	
	Stratégies de distribution	40	10	30		
	Gestion de la relation client	20		20		
	TIC et multimédia	30		20	10	
UE 42DUT : Module complémentaire						
M412DUT	Insertion DUT					
	Problématiques économiques appliquées	30	15	15		
	Projet personnel et professionnel	20		10	10	
	Négociation	30		15	15	
	Gestion financière et budgétaire	30	15	15		
	Mercatique stratégique	30	10	20		
AUTRES						
	Adaptation locale	35		35		
	Apprendre et travailler autrement	35		35		
UE 43 : Activités professionnelles						14
	Stage					
	Projet					
Totaux Semestre 4 - DUT		385	65	270	50	30

Semestre 4 - Insertion Licence Professionnelle		Total	CM	TD	TP	Crédits
UE 41 : Techniques commerciales avancées						16
M411	Cœur de compétences commerciales					
	Stratégie qualité	45	15	30		
	Langues étrangères de spécialité	40		25	15	
	Stratégies de distribution	40	10	30		
	Gestion de la relation client	20		20		
	TIC et multimédia	30		20	10	
UE 42LPRO : Module complémentaire						
M412LPRO	Insertion Licence Professionnelle					
	Économie	20	5	15		
	Études et recherches commerciales	30	10	20		
	Langues étrangères de spécialité	30		20	10	
	Analyse financière	30	10	20		
	Mercatique stratégique	30	10	20		
AUTRES						
	Adaptation locale	35		35		
	Apprendre et travailler autrement	35		35		
UE 43 : Activités professionnelles						14
	Stage					
	Projet					
Totaux Semestre 4 - Licence Professionnelle		385	60	290	35	30

Semestre 4 - Poursuites d'études		Total	CM	TD	TP	Crédits
UE 41 : Techniques commerciales avancées						16
M411	Cœur de compétences commerciales					
	Stratégie qualité	45	15	30		
	Langues étrangères de spécialité	40		25	15	
	Stratégies de distribution	40	10	30		
	Gestion de la relation client	20		20		
	TIC et multimédia	30		20	10	
UE 42POUR : Module complémentaire						
M412POUR	Poursuite d'études					
	Économie HPE	20	10	10		
	Analyse financière	30	10	20		
	Langues étrangères de spécialité	30		20	10	
	Mercatique stratégique	30	10	20		
	Mathématiques - Statistiques	30	10	20		
AUTRES						
	Adaptation locale	35		35		
	Apprendre et travailler autrement	35		35		
UE 43 : Activités professionnelles						14
	Stage					
	Projet					
Totaux Semestre 4 - Poursuite d'études		385	65	285	35	30

Contrôle des connaissances – Crédits européens

Le contrôle des connaissances s'effectue dans le cadre du semestre et la délivrance du DUT de la spécialité est conforme aux textes en vigueur.

La moyenne générale du semestre est la moyenne arithmétique des matières et des applications professionnelles.

Chaque matière enseignée est affectée du coefficient 1.

Dans l'UE professionnelle :

- la note du stage est la note globale des stages effectués au cours des 4 semestres affectée du coefficient 3 pour le calcul de la moyenne générale du semestre concerné ;
- la note du projet est la note globale des projets réalisés au cours des 4 semestres affectée du coefficient 2 pour le calcul de la moyenne générale du semestre concerné.

Chaque semestre équivaut à 30 crédits et comporte obligatoirement des crédits relatifs à la validation des actions professionnalisantes.

CRÉDITS EUROPÉENS (E.C.T.S.)

	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Total sur 120
Enseignements académiques ¹	26	26	26	16	94/120
Application des compétences professionnelles ²	4	4	4	14	26/120
Total	30	30	30	30	

L'attribution des crédits « professionnels » est réservée pour la délivrance du DUT en fin de semestre 4. Pour les étudiants amenés à se réorienter avant la fin du semestre 4, les crédits correspondant à chaque semestre sont attribués par la sous-commission présidée par le Chef du Département concerné.

Conduire une mission commerciale en entreprise

STAGES 350 H

OBJECTIFS

Le stage doit permettre à l'étudiant l'étude et/ou la conduite d'une mission commerciale : analyse d'un problème, choix d'une méthode et d'outils appropriés, définition de moyens, collecte et analyse des résultats obtenus, propositions d'actions commerciales, mise en oeuvre - le cas échéant - de ces actions.

Le stage comporte un aspect opérationnel en favorisant la mise en pratique des connaissances acquises à l'I.U.T. Mis en situation professionnelle, sans obligation de résultat, l'étudiant disposera donc d'un minimum de temps et du concours de son maître de stage en entreprise pour analyser son activité.

¹ Cours, travaux dirigés, travaux pratiques, autres formes d'apprentissages

² Stages, projets, actions et missions professionnalisantes

Les objectifs du stage doivent être clairement définis avant le début du stage. A ce titre on peut recommander :

1. d'utiliser systématiquement la convention de stage-type annexée au décret du 20/04/94, et bien mettre l'accent sur l'objectif du stage et sur le double suivi de l'étudiant par l'entreprise et par l'I.U.T. ;
2. de charger un enseignant du suivi du stagiaire, et d'insister sur l'importance de cet encadrement.

ORGANISATION

La durée globale de stage sur les 4 semestres est au minimum de 10 semaines et doit comprendre :

- un stage de découverte en S1 ou S2 d'une durée minimale de 2 semaines ;
- un stage principal, organisé en S3 ou S4, dont la durée minimale est de 8 semaines consécutives.

Toute période de stage doit donner lieu à la rédaction d'un rapport de stage ou d'un compte rendu d'activité.

Le stage principal se termine par la rédaction d'un rapport de stage et par une soutenance devant un jury mixte professionnel – enseignant.

Pendant son cursus, chaque étudiant devra acquérir une expérience significative de vente d'une durée minimale de 2 semaines intégrée dans une des applications professionnelles.

Conduire en autonomie une mission professionnelle

PROJETS TUTORÉS 300 heures

Les projets tutorés ont pour objectif de développer l'interdisciplinarité, l'esprit de synthèse, le travail en équipe, le travail par objectif et la conduite d'une étude ou d'une réalisation dans le respect des délais. De ce fait, les projets seront collectifs : groupe de 3 à 6 étudiants par projet.

Au cours de sa formation à l'I.U.T., chaque étudiant devra participer au moins à 2 projets sur les 4 semestres.

Les projets doivent absolument être dissociés des stages.

300 heures doivent leur être consacrées durant les 4 semestres (soit environ l'équivalent d'une ½ journée par semaine pendant les 4 semestres à intégrer dans les planning).

Les projets doivent faire l'objet d'un suivi systématique. Chaque projet donne lieu à l'établissement d'une fiche projet qui précise l'objectif, les moyens, la période de réalisation, les participants et l'enseignant chargé du suivi du projet. Ce dernier, au fur et à mesure de l'avancement des travaux du groupe, renseigne la fiche de suivi.

Des apports complémentaires au programme peuvent être faits en fonction des besoins des groupes (conduite de projet, gestion du temps ...)

Les projets font l'objet d'un rapport donnant lieu à évaluation par un jury.

VERSION 26 JANVIER	PROJET PROFESIONNEL PERSONNEL
-------------------------------	--------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestres
DUT Techniques de Commercialisation		1 – 2 – 3 - 4
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Les modules PPP concernent l'ensemble de l'équipe pédagogique et trouvent des prolongements dans toutes les matières enseignées dans le cadre du DUT.

Il peut s'agir de travaux personnels, de travaux de groupe, de conférences...

Ces modules sont obligatoirement évalués selon des modalités précisées à l'avance par l'équipe pédagogique.

Semestre 1 – 30 heures

- Découverte de l'environnement professionnel ;
- Découverte des métiers.

L'étudiant doit à l'issue du semestre 1 se situer par rapport à un secteur d'activité ou à un métier.

Cette réflexion doit le conduire à orienter la recherche de son 1^{er} stage vers des secteurs d'activité identifiés.

Semestre 2 – 20 heures

- Recherche, inventaire des outils de connaissance de personnalité ;
- Méthodologie de recherche d'informations ;
- Utilisation possible, **obligatoirement** avec le concours de l'équipe pédagogique, de ces outils ;
- Bilan d'expérience à travers notamment le retour sur la situation professionnelle de l'étudiant au cours de son premier stage.

L'étudiant doit au cours du semestre 2 apprendre à mieux se connaître et être notamment capable d'élaborer un dossier pertinent pour engager ses futures stratégies de recherches d'emploi ou de parcours de formation.

Cette réflexion doit le conduire à être capable de formuler et argumenter ses objectifs en terme de parcours de formation sur les semestres 3 et 4.

Semestre 3 – 15 heures

- Analyse du marché de l'emploi ou de la formation
- Analyses des offres
- Connaissance des outils utilisés dans le contexte

L'étudiant doit au cours du semestre 3 être capable d'identifier les offres d'emplois ou de formation en cohérence avec ses recherches effectuées au cours des semestres 1 et 2 et de connaître les différents outils et connaissances à mobiliser pour faire acte de candidature.

Semestre 4 – 20 heures (Insertion DUT seulement)

- Techniques de recherche d'emplois
- Préparation à l'entretien de recrutement, simulations d'entretiens

VERSION 26 JANVIER	APPRENDRE ET TRAVAILLER AUTREMENT
-------------------------------------	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestres
DUT Techniques de Commercialisation		1 – 2 – 3 - 4
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Les modules d'enseignement « Apprendre et Travailler Autrement » doivent permettre notamment :

- De varier les pratiques pédagogiques ;
- De favoriser l'autonomie dans l'apprentissage ;
- De développer de nouvelles formes d'apprentissage ;
- De pratiquer une pédagogie transversale ;

Compétences :

Ces modules, en étroite relation avec tous les autres enseignements, doivent permettre à l'étudiant d'approfondir les connaissances acquises (de manière autonome ou tutorée). Dans tous les cas les objectifs doivent être clairement annoncés aux étudiants par l'équipe pédagogique et les méthodes d'évaluation définies au même titre que les autres modules.

Contenu :

Les pratiques doivent laisser une bonne place à l'innovation pédagogique. On peut toutefois citer à titre d'exemples :

- Les simulations de gestion ;
- L'utilisation de plateformes numériques ;
- La mise en situations professionnelles (conférences, visites de salons professionnels,...) ;
- L'approche entrepreneuriale fictive ou réelle (ex : CREA-IUT, ...)

VERSION 26 JANVIER	APPROCHE DES MARCHÉS ÉTRANGERS
-------------------------------------	---------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Outils de l'analyse mercatique	2
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

- Permettre à l'étudiant de comprendre l'utilité de l'exportation pour une entreprise et la démarche à mettre en oeuvre en vue d'aborder des marchés étrangers
- Présenter une méthodologie d'identification de quelques marchés qui seront prioritaires en raison des caractéristiques propres à l'entreprise.
Ce cours permettra, au-delà de l'analyse multicritères, de présenter, de manière générale, des éléments de techniques du commerce international qui feront l'objet d'une étude approfondie en seconde année.

Compétences :

Ce cours doit permettre d'acquérir une démarche méthodologique et des éléments de connaissance. Il sera donc important de s'appuyer sur des études de cas quantitatives et qualitatives pour donner à l'étudiant l'opportunité de mettre en oeuvre une démarche globale et cohérente d'approche des marchés étrangers.

Contenu :

- 1 - Les enjeux de la mondialisation et le cadre des échanges
- 2 - Le rôle de l'exportation dans le développement de l'entreprise
- 3 - Les modalités de présence à l'exportation
- 4 - La recherche et la collecte des informations
- 5 - Le diagnostic export : diagnostic interne et externe
- 6 - L'analyse et la sélection des marchés
- 7 - La prospection
- 8 - Cultures et communication à l'international

VERSION 26 JANVIER	COMMERCE INTERNATIONAL
-------------------------------------	-------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Compétences commerciales	3
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Connaître le dispositif existant en matière de crédit-export et de couverture de risques nés de l'activité import-export.

Connaître les différents régimes douaniers et le contexte d'utilisation de chacun

Compétences :

Comprendre l'articulation des tâches et des missions d'un service import-export confronté au traitement régulier d'affaires à partir du déroulement complet d'une opération d'import-export (de la négociation au transfert des fonds).

Calculer un coût de revient et un prix d'offre export

Calculer un prix de revient import

Sélectionner la solution transport optimale

Contenu :

I - L'organisation IMPORT-EXPORT

1-1 - Tâches et missions du service import-export

1-2 - Les métiers liés à l'import-export

2 - La politique prix et les incoterms

2-1 - le coût de revient export

2-2 - les incoterms

2-3 - le prix d'offre

2-4 - le prix de revient import

3 - Les transports

3-1 - le choix de la solution transport

3-2 - les assurances transport et marchandises

4 - le financement de l'activité export

4-1 - les moyens de financement de l'activité

4-2 - les techniques de paiement et la couverture des risques de non-paiement

4-3 - la couverture des risques de change

5 - la douane

5-1 - les missions de la douane

5-2 - les opérations douanières IMPORT-EXPORT (intra-communautaire pays tiers)

VERSION 26 JANVIER	COMMUNICATION COMMERCIALE
-------------------------------------	----------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 : Outils de la relation commerciale	2
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs : Capable d'être l'interlocuteur de l'entreprise avec les prestataires de service des métiers de la communication Connaître les outils de la communication commerciale		

Compétences : Savoir et savoir-faire : - Connaître les techniques de la communication commerciale - Comprendre les valeurs de la cible - Comprendre le marché et l'évolution de la communication commerciale Savoir-être : - Faire preuve de l'imagination et de la création - Être ouvert et compréhensif - Avoir une vision systémique - Avoir un esprit créatif

Contenu : 1 - L'organisation du secteur de la communication 1.1 – Les différents acteurs 1.2 – Les méthodes et techniques de la COMCOM 1.3 – Les médias et les différents supports 1.4 - Communication institutionnelle 1.5 – Approches économique et juridique 2 – Elaboration d'une stratégie de communication 2.1 – Du marketing à la communication 2.2 – Définition des objectifs de la communication 2.3 - Différentes stratégies de cible 2.4 – Du cahier des charges à la création des outils : - Nom - Marque - Logo - Signature - Plaquette - Autres outils de communication
--

VERSION 26 JANVIER	COMMUNICATION COMMERCIALE
-------------------------------------	----------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 : Outils de la relation commerciale	3
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Stratégie et application pratique des outils

Méthodologie privilégiée : études de cas – fabrications réelles (avec ou sans client) – étude sur le terrain – travailler autrement

Compétences :

Savoir et savoir-faire :

- savoir élaborer un plan de communication commerciale
 - savoir évaluer une campagne de communication
 - Savoir mesurer l'impact de la campagne
 - Accompagnement de la force de vente

Savoir-être :

- Rigueur
- Travail en groupe
- Sens de l'organisation

Contenu :

- 1 – Actions et créations
 - 1.1 - Charte graphique
 - 1.2 - Plaquette
 - 1.3 - Logo (nom et marque)
 - 1.4 - Magazines et affiches
 - 1.5 - Films et pubs
 - 1.6 - Dossiers de presse
 - 1.7 - Rapport d'activité
 - 1.8 - Dossier de sponsoring
 - 1.9 - Dossier de mécénat
 - 1.10 - E-communication (internet / intranet)
 - 1.11 - Organisation de la communication événementielle
- 2 – Evaluation et impact
 - 2.1 - Pré et post test
 - 2.2 - Rendements des actions
 - 2.3 - Approches qualitative et quantitative

VERSION 26 JANVIER	GESTION DE LA RELATION CLIENT
-------------------------------------	--------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 : Outils de la relation commerciale	4
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Comprendre l'importance de la relation client

Connaître les outils de la relation personnalisée

Compétences :

- Etre capable de participer à la mise en place d'une stratégie de fidélisation personnalisée

Contenu :

- L'évolution des bases de données et des outils de traitement de l'information (micro segmentation)
- Les outils de la relation client : les techniques de fidélisation
- Le marketing transactionnel

VERSION 26 JANVIER	MERCATIQUE DIRECTE
-------------------------------------	---------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 : Outils de la relation commerciale	2
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Connaître tous les outils de la mercatique directe et leur mise en œuvre pratique. La MD devra répondre à la fois aux besoins de communication commerciale et être conçue comme technique de vente.

Compétences :

Savoir et savoir-faire :

- Situer la place de la MD dans la communication générale de l'entreprise
- Connaître les outils de MD, notamment à travers leurs aspects économiques et juridiques (rentabilités des opérations, réglementations)
 - Fichiers et bases de données dans les opérations de MD
 - Savoir utiliser les TIC

Savoir-être :

- Savoir travailler en Travail en groupe
- Être créatif et imaginatif

Contenu :

- 1 – Marchés et enjeux de la MD
 - 1.1 – Approches économiques
 - 1.2 – Segmentation
 - 1.3 – Aspects juridiques
 - 1.4 – Fichiers et bases de données

2 - Mise en œuvre des opérations de MD : Utilisation des outils :

- 2.1 - Mailing
- 2.2 - Phoning
- 2.3 - Couponing
- 2.4 - Courriel, Internet, supports multimédias, Visio-COMCOM
- 2.5 - Autres supports (par exemple ISA, gratuits, presse gratuite)

VERSION 26 JANVIER	DISTRIBUTION
-------------------------------------	---------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 : Outils de la relation commerciale	2
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Connaître, comprendre, les flux, les vecteurs de la distribution des produits de grande consommation, des produits industriels et des services

Connaître, comprendre l'évolution de l'appareil commercial et les problématiques qui s'y rattachent

Compétences :

Repérer les fonctions essentielles des circuits de distribution

Reconnaître les différentes formes de points de vente et de prendre en compte leur spécificité

Intégrer dans son comportement professionnel les problématiques de la distribution

Contenu :

Introduction

- Les grandes évolutions du commerce
- Les entreprises de la distribution et les choix stratégiques
- Le poids de la distribution dans l'économie

1.1 – Les circuits de distribution

1.1.1 Canal de distribution, circuit de distribution, définitions, classifications, fonctions économiques, circuits, fonction de gros, fonction de détail....

1.1.2 Les configurations d'un circuit : longueur, critère juridique, forme d'organisation

1.2 – L'appareil commercial

1.2.1 La distribution des produits de grande consommation

- Définition, évolution et positionnement des formules.
- Le discount et la domination par les coûts

1.2.2 La grande distribution non-alimentaire

- Les grands magasins, les magasins populaires, la grande distribution spécialisée, la vente par correspondance et à distance...

1.3 – Les marques de distribution et la coopération avec les producteurs

- Les rapports distributeurs-producteurs : négociations commerciales, trade marketing, coopération avec les producteurs.....
- Stratégies des fabricants versus stratégies des distributeurs...
- Le développement des marques de distribution : Typologies, objectifs, la diffusion des marques de distribution ...

1.4 – Le consumérisme

- 1.4.1 Evolution et organisation des consommateurs (émergence du pouvoir consommateur, organisation des services publics...).
- 1.4.2 Moyens d'action mis en place par les distributeurs (sur les plans qualité, services, information...).

VERSION 26 JANVIER	MERCATIQUE DU POINT DE VENTE
-------------------------------------	-------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Outils de la relation client	3
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Connaître, comprendre et mettre en œuvre la gestion d'un point de vente...
Connaître, comprendre les conditions d'implantation et de gestion des points de vente au niveau des magasins et de la politique globale des distributeurs.

Compétences :

Repérer et de comprendre les éléments essentiels de la gestion commerciale d'un point de vente
Participer à, et après une période d'adaptation, de prendre en charge, un ou plusieurs aspects de la gestion commerciale d'un point de vente.

Contenu :

2.1 – L'implantation d'un magasin de détail

- Législation, méthodologies...
- Urbanisme, aire de marché, choix d'implantation

2.2 – L'adaptation du point de vente à la zone de chalandise

- Principes généraux d'organisation du magasin, l'allocation de l'espace disponible, les techniques de présentation et le choix du mobilier...

2.3 - La gestion et l'optimisation des performances

- Assortiment, prix, optimisation du linéaire, services à la clientèle, communication

2.4 – Les opérations d'achat

- Les acteurs de l'achat :
 - Les centrales d'achat, les centrales de référencement,
 - Les acheteurs, les acheteurs-magasins, les chefs de rayon.
- Les conditions du référencement

VERSION 26 JANVIER	STRATEGIES DE DISTRIBUTION
-------------------------------------	-----------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Compétences commerciales	4
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Comprendre le défi technologique, les modifications dans la structure des canaux et les incidences sur le marketing des points de vente

Compétences :

Intégrer dans sa pratique professionnelle les nouvelles technologies appliquées à la distribution
Comprendre les choix en matière de stratégies de distribution
Participer à la mise en œuvre des politiques de distribution.

Contenu :

3.1 – Technologies et distribution

- Les défis posés à la distribution du futur : économique, commercial...
- La technologie : outil de développement et de compétitivité
- L'évolution des BDD et des outils de traitement de l'information
- Les outils de la distribution technologique
 - Les « centres d'appels »
 - le e-commerce
 - La télévision interactive
 - ...

3.2 – Les modifications dans la structure des canaux

3.2.1 Caractéristiques des changements prévisibles

- Juxtaposition des canaux, intégration du réseau autour d'un canal majeur, création d'un système intégré de canaux de distribution
- ...

3.2.2 L'organisation du système de distribution

- Adéquation des canaux : aux produits et services, aux attentes et comportements des clientèles, aux caractéristiques de l'entreprise.
 - Arbitrage coût, contact et respect du marchéage
 - Degré de contrôle exercé sur le circuit
 - Unicité ou la pluralité de canaux (spécialisation ou multicanalité ? Facteurs de succès dans la concurrence entre canaux ? Substitution ou complémentarité entre les canaux ?)
- Méthodologie de choix de réseaux de distribution technologique

3.3 – L'évolution du marketing local

- Les technologies et le merchandising du point de vente, l'organisation commerciale du point de vente, le renforcement et le développement du réseau
- Les technologies en appui des points de vente.

VERSION 26 JANVIER	DROIT – Principes généraux
-------------------------------------	-----------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Environnement économique et juridique	1
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Connaître le vocabulaire juridique de base, connaître les principes fondamentaux du droit nécessaires à la compréhension d'une situation juridique

Compétences :

Identifier le problème juridique d'une situation
Collecter et utiliser l'information juridique nécessaire à la résolution d'un problème juridique.

Contenu :

Les notions de droit, les sources du droit, l'organisation judiciaire, les règles de preuve, les personnes physiques, personnes morales (capacité, patrimoine, attributs de la personnalité) les biens, les obligations, les contrats et la responsabilité civile.

VERSION 26 JANVIER	DROIT et COMMERCE
-------------------------------------	--------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 : Vente et distribution	2
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Connaître les notions de base du droit commercial et les structures juridiques de l'entreprise.

Compétences :

Savoir choisir les modes d'exploitation de l'entreprise commerciale,
Acquérir les réflexes permettant de gérer la vie juridique de l'entreprise,
Connaître les risques juridiques liés à l'exploitation.

Contenu :

La notion de commerçant.
Le fonds de commerce et le bail commercial.
L'entreprise individuelle et les sociétés.
L'entreprise en difficulté.

La propriété industrielle, littéraire et artistique.

VERSION 26 JANVIER	DROIT et COMMERCE
-------------------------------------	--------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 Cœur de compétence commerciale/ outils de la relation client	3
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Comprendre et interpréter les termes des contrats commerciaux.
Prévenir et gérer les risques liés à l'exécution des contrats.
Connaître la réglementation impérative du droit de la consommation.

Compétences :

Savoir négocier les termes d'un contrat de vente.
Détecter et évaluer les risques des engagements liés à une opération commerciale.
Anticiper le contentieux avec le consommateur.

Contenu :

La vente commerciale :
Conditions générales, différents moyens de paiement et garanties.
Le recouvrement des créances.

Droit de la Consommation :

- Définition du professionnel et du consommateur.
- Réglementation de l'information.
- La protection et les moyens d'actions du consommateur.

VERSION 26 JANVIER	DROIT du TRAVAIL
-------------------------------------	-------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 : Développement aptitudes personnelles	3
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Comprendre les principales règles régissant les relations individuelles et collectives de travail dans l'entreprise.

Comprendre les problèmes socio-économiques contemporains des relations de travail.

Compétences :

Savoir respecter la réglementation du travail.

Savoir comprendre et gérer les événements qui affectent l'exécution du contrat de travail au cours de la vie sociale.

Contenu :

Le contrat de travail : formes et formation, contenu, exécution et rupture.

Les relations collectives de travail : les conventions collectives, la représentation et l'expression des salariés, les syndicats et les conflits collectifs.

VERSION 26 JANVIER	ÉCONOMIE GÉNÉRALE
-------------------------------------	--------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Environnement économique et juridique	1
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Comprendre les mécanismes économiques fondamentaux
Situer les principales théories et leurs auteurs
Appréhender les enjeux de la politique

Compétences :

Maîtriser le vocabulaire économique
Appréhender la rationalité économique et ses limites

Contenu :

Principes méthodologiques de l'économie et Histoire de la pensée économique

Notions de microéconomie : Activités et agents économiques.
La consommation et les consommateurs.
La production et les producteurs ,
L'équilibre de marchés

Notions de macroéconomie
Équilibres fondamentaux et comptabilité nationale
Rôle de l'État et la monnaie.
L'État : la gestion des biens publics et la régulation
Les politiques économiques
La monnaie et les politiques monétaires .
Conclusion : Le circuit économique et logiques de fonctionnement des marchés

VERSION 26 JANVIER	PROBLEMATIQUE ÉCONOMIQUE APPLIQUEE
-------------------------------------	---

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Insertion DUT	UE 2 :	4
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Donner une culture générale en économie
Permettre la réflexion sur les problèmes économiques contemporains.

Compétences :

Décrypter l'information économique
Se situer dans un enjeu économique élargi
Exercer un regard critique sur les grands débats économiques

Contenu :

La dynamique économique.
La croissance mesures (PIB, indices de développement) et ruptures (récession, chômage, inflation, exclusion)
Développement : croissance économique, inégalités et développement durable

Les échanges internationaux.
Les théories économiques des échanges internationaux
La compétitivité à l'international
Un exemple de construction régionale : l'Union européenne
Panorama des échanges internationaux : les grands types de flux et les institutions internationales (OMC, ONG, etc.)

Les systèmes monétaires internationaux.
Le SMI : du système de Bretton-Woods au système actuel
L'euro : du SME à l'union monétaire européenne

Conclusion.
L'interdépendance des économies : quelle mondialisation ?

VERSION 26 JANVIER	EXPRESSION ET COMMUNICATION
-------------------------------------	------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 : Outils du développement personnel et professionnel	1
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs :		

Compétences : • Savoir rédiger une lettre de demande de stage • Savoir rédiger un rapport • Être capable de rechercher une information • Être capable d'argumenter un projet professionnel • Acquérir des capacités d'expression orale devant un public restreint ou élargi
--

Contenu :

VERSION 26 JANVIER	EXPRESSION ET CULTURE
-------------------------------------	------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 : Outils de la relation commerciale	2
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs :		

Compétences : • Savoir argumenter et convaincre • Être capable de se constituer une documentation personnelle. • Être capable d'accéder à une base de données thématique • Savoir lire et analyser un message visuel • Savoir rédiger une fiche de lecture • Être capable de repérer et comprendre les pratiques culturelles • Participer à une production culturelle
--

Contenu :

VERSION 26 JANVIER	EXPRESSION ET COMMUNICATION PROFESSIONNELLE
-------------------------------------	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Insertion DUT	UE 2 :	3
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs :		

Compétences :

- Savoir rédiger un compte-rendu
- Savoir rédiger une note de synthèse
- Être capable d'élaborer un dossier de candidature
- Maîtriser les moyens de communication
- Savoir se présenter à un entretien
- Maîtriser la technique de l'exposé, de la soutenance et du débat

Contenu :

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE2	2
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs : - Sensibiliser les étudiants aux éléments en jeu dans des situations de communication différentes (entretien, réunion-discussion.....).		

Compétences :

Acquérir la maîtrise de situations de communication très utilisées dans le milieu professionnel

Contenu:

Définitions de la communication et du processus de communication

Statuts / rôles/ identités

Le processus de socialisation (normes et valeurs)

Les modèles de communication

Les altérations de la communication (stéréotypes, rumeurs....)

La communication persuasive (effet du message, du média, du mode de diffusion, de l'émetteur et du récepteur)

Communication et influence des attitudes et comportement (la communication engageante, la publicité...)

VERSION 26 JANVIER	GESTION COMPTABLE ET FINANCIERE
-------------------------------------	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Environnement économique et juridique	1
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

- Introduire la dimension financière de l'entreprise
- Appréhender les procédures comptables en vue d'une utilisation dans la fonction commerciale

Compétences :

- Comprendre les mécanismes fondamentaux de la chaîne comptable
- Savoir lire des documents de synthèse
- Savoir établir des documents commerciaux

Contenu :

- Les objectifs de la comptabilité générale
- La représentation du patrimoine
- La synthèse de l'activité
- L'enregistrement des opérations courantes
- L'analyse des documents commerciaux et des moyens de paiement
- L'organisation comptable générale

VERSION 26 JANVIER	GESTION COMPTABLE ET FINANCIERE
-------------------------------------	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 :	2
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

- Comprendre les enjeux des calculs de coûts et de marges

Compétences :

- Connaître les techniques de calculs de coûts
- Appréhender la rentabilité d'une activité

Contenu :

- Etude de la chaîne des coûts
- Etude de variabilité des charges

VERSION 26 JANVIER	GESTION FINANCIERE ET BUDGETAIRE
-------------------------------	---

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Insertion DUT	UE 1 :	4
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

- Comprendre l'incidence des pratiques commerciales sur les équilibres financiers de l'entreprise

Compétences :

- Etre capable d'élaborer un budget
- Intégrer la pratique budgétaire dans les activités commerciales
- Etre capable de retraiter & d'exploiter les documents de synthèse

Contenu :

- Les soldes de gestion et l'autofinancement
- Les équilibres bilanciels
- Les budgets

VERSION 26 JANVIER	ANALYSE FINANCIERE
-------------------------------------	---------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Poursuite d'études	UE 1 :	4
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs : ▪ Formuler un diagnostic financier élémentaire ▪ Initier une réflexion financière		

Compétences : ▪ Maîtriser des outils d'analyse financière ▪ Elaborer & interpréter un tableau de bord

Contenu : ▪ L'analyse de l'activité & rentabilité ▪ Les équilibres financiers et l'analyse de la solvabilité
--

VERSION 26 JANVIER	INFORMATIQUE
-------------------------------------	---------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 : Outils du développement personnel et professionnel	1
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs : Connaître le vocabulaire de l'informatique Maîtriser les outils d'édition et de présentation		

Compétences : Etre capable de réaliser un courrier simple, un publipostage et un rapport ou document long avec insertion d'images Savoir construire un diaporama pour animer une réunion ou présenter un dossier (rapport de stage ou de projet tuteuré) Etre capable de réaliser des documents commerciaux (plaquettes, affiches, journal...).

Contenu : Le vocabulaire informatique Apport des TIC pour les entreprises (échanges de données, portabilité des documents...) Traitement de Texte Définitions, terminologie Courrier, publipostage, rapport (utilisation, mise en œuvre) Présentation Assistée par Ordinateur Conception d'un diaporama Publication Assistée par Ordinateur
--

VERSION 26 JANVIER	INFORMATIQUE
-------------------------------------	---------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 : Outils de l'analyse mercatique	2
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs :		

Compétences : Etre capable de construire un tableau simple, de réaliser des graphiques. Savoir utiliser les formules de base, jusqu'à la fonction si. Etre capable de construire un planning à l'aide d'un logiciel de gestion de projet.

Contenu : Tableur (niveau 1) initiation Gestion de projet
--

VERSION 26 JANVIER	INFORMATIQUE
-------------------------------------	---------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Outils de l'analyse mercatique	4
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Connaître les outils d'analyse et de simulation (filtres, gestionnaires de scénarios, solveurs...)

Connaître le vocabulaire

Connaître la méthodologie de conception d'une base de données

S'initier au HTML

Compétences :

Savoir utiliser les formules complexes.

Savoir créer des tableaux dynamiques.

Savoir gérer les liens entre feuilles et classeurs

Etre capable de créer et de gérer une base de données

Savoir utiliser un logiciel de création de site

Contenu :

Tableur (niveau 2) approfondissement

Gestionnaire de bases de données

Création de site Internet

VERSION 26 JANVIER	LANGUES VIVANTES
-------------------------------------	-------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE	
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Un premier point qui nous a semblé très important est que 2 langues étrangères soient enseignées en TC de façon obligatoire avec un total horaire important. Les 140 heures prévues ne suffisent qu'à l'enseignement d'une langue. IL reste à trouver les heures pour l'autre langue (adaptation locale?)

Il nous a semblé à la fois plus facile et plus opportun de définir des stratégies à mettre en œuvre sur les 4 semestres plutôt que d'essayer de préciser des contenus détaillés et susceptibles d'adaptation aux réalités locales :

Compétences :

- Créer les conditions de la mise en confiance afin de développer l'aisance dans l'utilisation de la langue, d'éliminer les blocages psychologiques et linguistiques
- Développer des stratégies d'apprentissages et favoriser l'acquisition d'autonomie
- Progresser dans la complexité des tâches à accomplir
- Créer des situations de communication aussi professionnelles que possible (étude de cas, documents authentiques, jeux de rôle, etc)
- Rechercher et encourager l'interdisciplinarité (techniques d'expression et domaines de spécialité, TICE) et la transversalité des compétences
- Faire appréhender les différences interculturelles
- Faire acquérir les connaissances lexicales concernant l'entreprise et son environnement social, économique et culturel.

Contenu :

SEMESTRE 1

Communiquer à l'oral dans des situations personnelles et professionnelles simples

Acquérir le vocabulaire du téléphone, transmettre un message

Rédiger une correspondance commerciale simple, CV, lettre de motivation

Se présenter

Comprendre des documents commerciaux écrits simples

Développer des stratégies d'amélioration de compréhension de l'oral

Acquérir le vocabulaire de spécialité de base (niveau 1)

SEMESTRE 2

Communiquer à l'oral dans des situations professionnelles

Demander/donner des renseignements au téléphone

Rédiger une correspondance commerciale,

Rédiger une note de synthèse

Prendre la parole en public

Comprendre des documents journalistiques

Comprendre des documents audio-visuels simples

Utiliser le vocabulaire de spécialité de base (niveau 2)

SEMESTRE 3

Communiquer dans le cadre d'une réunion

Gérer des situations professionnelles (réclamation , commande) au téléphone

Rédiger des documents professionnels (rapport, documentation, courriers

Faire une présentation structurée en situation professionnelle.

Présenter et commenter un graphique, un tableau

Développer des stratégies d'amélioration de la compréhension de documents écrits

Comprendre des documents audio-visuels professionnels authentiques (niveau 1)

Développer des stratégies d'acquisition de vocabulaire

SEMESTRE 4

Négocier en situation professionnelle

Négocier au téléphone

Rendre compte à l'écrit d'une activité professionnelle

Gérer une présentation orale et répondre à des questions, argumenter

Comprendre des documents professionnels et économiques

Comprendre des documents audio-visuels professionnels authentiques (niveau 2)

Maîtriser le vocabulaire de spécialité dans des situations professionnelles

VERSION 26 JANVIER	LOGISTIQUE
-------------------------------------	-------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Découverte de l'environnement professionnel	1
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs :		

Compétences :

connaître les enjeux de la logistique
identifier des solutions logistiques
comprendre l'organisation et les contraintes logistiques dans les métiers du commerce.

Contenu :

identification de la Supply Chain
les problématiques de la logistique
les prestataires logistiques
le cahier des charges
l'entreposage (localisation, organisation...)
la gestion des stocks et des approvisionnements
la gestion des flux d'information (les documents, l'EDI, les logiciels d'approvisionnement)
les réseaux (PERT, MPM, Gantt, ...)
la logistique (et la gestion) de production
les algorithmes de transport
les contraintes logistiques dans les différentes formes de distribution (VPC, Internet...)

VERSION 26 JANVIER	MATHEMATIQUES ET STATISTIQUES APPLIQUEES
-------------------------------------	---

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 :	1
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

mettre à niveau les connaissances de base en calcul algébrique et statistique ;
former à la collecte, la mise en forme et l'interprétation de données simples d'entreprise

développer un esprit logique, méthodique et rigoureux

Compétences :

Savoir trier et classer des informations chiffrées
Savoir rechercher l'information et l'exploiter quantitativement d'une manière simple
Savoir appliquer les outils simples d'analyse des situations économiques et commerciales

Contenu :

Pourcentage et taux de variation, Indices
Equation du 1^{er} et du 2^{ème} degré, inéquations et systèmes
Optimisation de fonctions économiques simples
Croissance arithmétique et géométrique, application financière (intérêt simple, composé, annuités)
Statistique descriptive généralités (langage, dépouillement, type de variable...)
Variable à une dimension : Représentations graphiques
Paramètres de position, de dispersion
Etude de la concentration
Observations importantes : L'utilisation de la calculatrice ou/et du tableur sera favorisée. La partie statistique représente environ les deux tiers du volume.

VERSION 26 JANVIER	STATISTIQUES APPLIQUEES – PROBABILITES (Initiation)
-------------------------------------	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 2 : Outils de l'analyse mercatique	2
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs : Aborder l'indépendance et la relation linéaire dans les données Introduire aux prévisions à l'aide de modèles simples Développer un esprit d'analyse intégrant l'interaction et le risque		

Compétences : Savoir mesurer l'interaction entre les variables Savoir mettre en œuvre des modèles de prévision et d'approche probabiliste simples
--

Contenu : Variable à deux dimensions : tableau de contingence, distributions marginales et conditionnelles Variable à deux dimensions : dépendance et indépendance, ajustement linéaire, séries chronologiques Problèmes de dénombrement Calcul de Probabilités élémentaires et de Probabilités conditionnelles Observations importantes : se limiter à des exemples de situation d'entreprise ou de marché (notamment en probabilité)
--

VERSION 26 JANVIER	PROBABILITES
-------------------------------------	---------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Insertion DUT	UE 2 :	3
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Former avec l'utilisation des tables, aux calculs de probabilité, d'intervalle de confiance et de test d'indépendance en rapport avec des situations d'entreprises

Savoir formuler une hypothèse et tester un risque

Compétences :

Savoir utiliser les lois de probabilités, poser des hypothèses, les tester dans des situations classiques rencontrées en études et recherches commerciales

Contenu :

Lois de Probabilités usuelles (binomiale, poisson, normale)

Echantillonnage, Estimation (moyenne, fréquence)

Utilisation du test du Khi-2

Observations importantes : insister sur les applications

VERSION 26 JANVIER	INTRODUCTION A LA MERCATIQUE
-------------------------------------	-------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Découverte de l'environnement professionnel	1
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Connaître les bases, l'intérêt et l'état d'esprit d'une démarche marketing dans une organisation

Compétences :

Identifier les acteurs du marché,
Situer une organisation sur son marché.

Savoir être : Être curieux, rigoureux, logique, cohérent, organisé, méthodique, critique

Contenu :

- Définitions, concepts, fondements,
- Historique et facteurs d'évolution,
- Composantes (marketing stratégique, tactique, opérationnel),
- Démarche mercatique,
- Domaines d'application du marketing,
- Limites du marketing,
- Connaissance et compréhension du marché.

VERSION 26 JANVIER	MERCATIQUE FONDAMENTALE
-------------------------------------	--------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Outils de l'analyse mercatique	2
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Appréhender le comportement du consommateur.
 Connaître les principes et l'intérêt de la segmentation de la demande.
 Comprendre les concepts de ciblage et de positionnement.

Compétences :

Identifier les facteurs d'influence du comportement du consommateur,
 Repérer les étapes du processus décisionnel,
 Segmenter une population, identifier les segments cibles et le positionnement correspondant.
 Savoir-être : Etre observateur, rigoureux, logique, cohérent, méthodique.

Contenu :

Comportement du Consommateur :

- les facteurs d'influence (variables individuelles et psychologiques, socio-culturelles, situationnelles, ...), -
- le processus de décision,
- modélisation, ...

Segmentation :

- définition et critères de segmentation,
- méthodes de découpage,
- conditions de mise en œuvre (taille des segments, homogénéité,...).

Ciblage et Positionnement (définition, cohérence, méthodes).

V. 22/10	MERCATIQUE OPERATIONNELLE
-----------------	----------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Compétences commerciales	3
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Maîtriser les éléments du mix,
Travailler la cohérence du mix,
Construire un plan de marchéage.

Compétences :

Analyser les éléments du mix
Elaborer la politique produit
Fixer le prix d'un produit
Déterminer la politique de distribution adaptée
Bâtir le plan de communication
S'assurer de la cohérence du mix-marketing
Situer son action par rapport au plan marketing de l'entreprise

Contenu :

Politique de produit (bien tangible ou service) :

- _ Le concept produit-service : définition, classification et cycle de vie
- _ Le packaging : conditionnement, emballage et étiquetage
- _ La marque : définition, types de marques et stratégies de marques
- _ La qualité, les normes et les labels
- _ Les stratégies de produits : politique de gamme et lancement de nouveaux produits

Politique de prix

- _ Les objectifs et les contraintes en matière de fixation de prix
- _ Les modes de fixation du prix : fixation des prix par les coûts, fixation des prix par la demande et fixation des prix en fonction de la concurrence
- _ Stratégie de prix : politique de pénétration, politique d'écrouissage, politique de prix différenciés et politique d'alignement
- _ Les réductions de prix
- _ Politiques de modifications de prix et gestion des prix d'une gamme

Politique de distribution : objectifs, stratégies, ...(en rapport avec les module de distribution, marketing du point de vente et distribution technologique)

Politique de communication : objectifs et stratégies (en rapport avec les modules de communication commerciale).

Le mix marketing et sa cohérence : composantes et articulation.

VERSION 26 JANVIER	MERCATIQUE STRATEGIQUE
-------------------------------------	-------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Insertion DUT	UE 1 : Compétences commerciales	4
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs : Connaître les outils de l'analyse stratégique		

Compétences : Bâtir des outils d'analyse stratégique. - En déduire des choix stratégiques. - Situer son plan d'actions dans le plan marketing et plus globalement dans la politique générale de l'organisation. - Planifier dans le temps et dans l'espace des objectifs et des moyens. Savoir-être : Etre rigoureux, cohérent, organisé, méthodique et critique

Contenu : Différence et complémentarité entre mercatique stratégique et opérationnelle Les origines de la notion de stratégie marketing (modèles) La démarche stratégique en marketing - Du diagnostic aux choix stratégiques - Les domaines d'activités stratégiques Les outils d'aide à la décision stratégique (cycle de vie du produit, modèles d'analyse stratégique) Les principales stratégies (en fonction de la demande, de la croissance...)
--

VERSION 26 JANVIER	ÉTUDES ET RECHERCHES COMMERCIALES
-------------------------------------	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Outils de l'analyse mercatique	2
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

- Connaître les différents types d'études commerciales
- Connaître les méthodes de collecte de l'information et les contraintes inhérentes
- Connaître les techniques et outils de traitement de l'information

Compétences :

- Identifier les besoins et la nature de l'information
- Repérer et apprécier les sources d'information (pertinence, fiabilité)
- Construire une méthodologie d'étude (cahier des charges).
- Mettre en oeuvre l'étude.
- Traiter l'information.
- Analyser et rapporter

Savoir être : Être curieux, rigoureux, logique, cohérent, organisé, méthodique

Contenu :

- Place et rôle de l'information dans le processus décisionnel (Typologie des informations, typologie des études, cahier des charges).
- Les différentes étapes d'une étude.
- La recherche documentaire (repérage des sources d'informations, collecter et synthèse des informations, les panels).
- Les études qualitatives (les différentes études qualitatives, le guide d'entretien, le recueil des données, le traitement de l'information).
- L'enquête par sondage :
 - la pré enquête : les hypothèses, théorie des sondages et choix d'un échantillon, le questionnaire (rédaction et choix du mode d'administration),
 - le traitement de l'information.

VERSION 26 JANVIER	ORGANISATION DE L'ENTREPRISE
-------------------------------------	-------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1 : Découverte de l'environnement professionnel	1
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

Découvrir le fonctionnement de l'entreprise à travers la compréhension de son vocabulaire, de ses outils et de ses mécanismes clés.

Appréhender l'entreprise comme un système, lieu d'interactions économiques et sociales.

Compétences :

Comprendre la diversité des entreprises, les rôles des individus

Identifier les principales fonctions de l'entreprise et leurs interdépendances

Contenu :

1. Présentation de l'entreprise
 - Caractéristiques
 - Typologies
 - Objectifs
2. Les fonctions clés de l'entreprise
 - Fonction de production
 - Fonction commerciale
 - Fonctions de support
3. La structuration de l'entreprise
 - Pourquoi les organisations se structurent ? Les déterminants d'une structure
 - Comment les organisations se structurent ? Les formes organisationnelles
 - Comment les structures organisationnelles évoluent ? Transformation des structures et nouvelles formes d'organisations
4. La fonction managériale
 - Le rôle du manager
 - Ses moyens d'action

VERSION 26 JANVIER	STRATEGIE ET QUALITE
-------------------------------------	-----------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE 1	4
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs : Décoder les enjeux de la stratégie et comprendre les choix stratégiques Intégrer la démarche qualité et ses enjeux		

Compétences :

Contenu :

1. Présentation de la stratégie
 - Champ
 - Finalités
2. Elaborer une stratégie : le diagnostic
 - diagnostic interne
 - diagnostic externe
3. Mettre en place une stratégie : les manœuvres stratégiques
 1. Définition et enjeux de la qualité
 2. Présentation du processus qualité
 - la conception de la démarche qualité
 - la mise en œuvre de la démarche qualité
 - l'évaluation de la démarche qualité

VERSION 26 JANVIER	Négociation
-------------------------------	--------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE2 : Outils du développement personnel et relationnel	1
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

- Découvrir le métier de négociateur
- Découvrir l'entretien de négociation

Méthodologie privilégiée : jeux de rôle étape par étape (savoir convaincre / prise de contact-découverte / argumentation...)

Compétences :

Savoir et savoir-faire :

- Connaître le métier de négociateur
- Comprendre la diversité de son rôle
- Comprendre qu'un entretien de vente se prépare et s'articule autour de différentes étapes

Savoir-être :

- Savoir communiquer
- Etre enthousiaste, convaincant...

Contenu

Introduction : L'éthique de la vente

1- Rôle et missions du négociateur

2- Préparation de l'entretien

- Collecte des informations : environnement, entreprise, concurrence.
- Connaissance du produit, et des produits concurrents.
- Elaboration d'argumentaires et d'aides à la vente
- Définition des objectifs et techniques de négociation

3- Les étapes de l'entretien de vente

Objectifs de l'entretien

- prise de contact
- découverte
- argumentation / objections
- conclusion et prise de congé

VERSION 26 JANVIER	Négociation
-------------------------------	--------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE2 Outils de la relation commerciale	2
Cours :	T. D. :	T.P. :

Objectifs :

- Etre capable d'organiser une prospection
- Maîtriser l'entretien de négociation

Méthodologie privilégiée :

jeux de rôle complet (de la prise de contact à la prise de congé)
jeux de rôle phoning

Compétences :

Savoir et savoir-faire :

- Connaître les outils de prospection notamment le phoning
- Savoir préparer un entretien de vente complet
- Maîtriser les techniques de négociation

Savoir-être :

- Sens du contact, de la communication
- Rigueur, sens de l'organisation

Contenu

1- La prospection de la clientèle

- les outils de prospection
- les étapes de la prospection et son évaluation

Le phoning devra être particulièrement approfondi car il fait appel à des compétences proches de celles de la négociation. Il devra être mené en parallèle avec le cours de Marketing Direct qui se déroule ce même semestre. Le phoning peut donner lieu à des jeux de rôle.

2- Les spécificités de certaines négociations

- négociation B to B
- négociation grande distribution
- négociation services...

VERSION 26 JANVIER	Négociation
-------------------------------	--------------------

	Unité d'enseignement	Semestre
	UE1Coeur des compétences commerciales	3
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs : • Etre capable d'organiser et de mener une opération de prospection – vente • Assurer le suivi de la vente • Approfondir l'entretien de négociation Méthodologie privilégiée : jeux de rôle complet avec réalisation des outils d'aide à la vente et de suivi.		

Compétences : Savoir et savoir-faire : • Gérer la préparation de l'entretien • Maîtriser l'entretien de vente • Assurer le suivi du client Savoir-être : • Communication, empathie, • Enthousiasme, conviction, dynamisme...

Contenu 1- Le suivi - Analyse de l'entretien - Mise à jour des fichiers / tableaux de bord - Contrôle de l'exécution des contrats - Fidélisation 2- Approfondissement des techniques relationnelles - connaissance du processus d'achat - psychologie de l'acheteur 3- Outils d'aide à la vente - cartes de visite, bon de commande, devis... - catalogues, plaquettes...
--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE1 Cœur des compétences commerciales	4
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs - Etre capable de préparer et réaliser un entretien d'achat - Connaître les spécificités du plan de négociation en entreprise Méthodologie privilégiée : jeux de rôle		

Compétences :

Savoir et savoir-faire :

- Connaître le métier d'acheteur
- Savoir préparer un entretien d'achat
- Savoir mener un entretien d'achat
- Assurer le suivi

Savoir-être :

- Sens de la communication
- Rigueur et organisation

Contenu

1- Rôle et missions de l'acheteur

2- Préparation de la négociation

- définition du besoin
- analyse du marché
- procédure d'appels d'offres
- sélection des fournisseurs potentiels

3- Les étapes de l'entretien d'achat

- prise de contact
- argumentation (attitudes et tactiques de l'acheteur)
- conclusion (critères de décision)

4- Le suivi et la stratégie

- Respect des conditions commerciales
- Contrôle qualité
- Suivi administratif et financier

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE2	3
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs : - comprendre le fonctionnement d'une équipe commerciale : spécificité des métiers commerciaux ; organisation de l'équipe de vente, organisation du travail du commercial. - comprendre les principes du management d'une équipe commerciale : principaux leviers d'animation et outils de gestion.		

Compétences :

- Connaître la diversité des métiers commerciaux,
- Savoir organiser une équipe de vente et connaître la complexité liée à la structuration des organisations,
- Savoir calculer l'effectif d'une équipe commerciale,
- Utiliser les outils de gestion du temps, savoir analyser les potentiels de secteurs, savoir développer une méthodologie des détermination sectorielle, connaître les modes d'organisation des tournées...
- Connaître les rôles, les missions, les compétences d'un manager commercial,
- Repérer les étapes d'un processus de recrutement, connaître les analyses de postes et comprendre les différences entre postes et compétences, comprendre l'importance des différentes phases du recrutement : analyse du besoin, profil, communication, sélection, intégration...
- Connaître la diversité des objectifs, savoir les fixer, appréhender les méthodes de stimulation et d'animation, connaître les méthodes et outils d'évaluation, savoir élaborer un tableau de bord commercial,
- Connaître les différentes composantes d'un système de rémunération, montrer les spécificités de la rémunération des commerciaux ,
- Comprendre les enjeux et les difficultés d'une politique de formation, savoir repérer les besoins, analyser la nature des besoins, améliorer les conditions de travail des commerciaux.

Contenu :

Introduction : enjeux et difficultés de l'organisation et du management d'une équipe de vente

1. Organisation de l'équipe commerciale :

Les métiers de la vente : spécificités de rôle et de positionnement organisationnel, compétences essentielles...

Structuration d'une équipe de vente : déterminants de l'organisation et types de structures

L'effectif de l'équipe commerciale : des modèles rationnels aux contingences locales

Organisation du travail du commercial sur son secteur : gestion du temps, délimitation des secteurs, organisation des tournées

2. Management d'une équipe commerciale

Rôles, missions et compétences du manager commercial

Recrutement et intégration des commerciaux

Détermination des objectifs, suivi et évaluation des commerciaux

Système de rémunération des forces de vente

Valorisation des vendeurs : les conditions de travail, la formation...

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation Tronc commun	UE2	3
Cours :	T. D. :	T.P. :
Objectifs : - comprendre la complexité des organisations - comprendre les comportements et les attitudes des individus et des groupes au sein organisation - savoir comment s'opère la gestion des hommes au travail dans les organisations, connaître les principes de gestion des ressources humaines		

Compétences :

Contenu:

1. Le fonctionnement des organisations
Définitions et approches des organisations
Théories des organisations
Mutations des organisations et changements organisationnels
2. Les individus et les groupes au sein des organisations
Motivation et implication
Leadership
Conflits interpersonnels
Dynamique des groupes
3. la Gestion des Ressources Humaines
Pilotage de la GRH : acteurs et outils
Gestion de l'emploi
Politiques de rémunération
Valorisation et participation des acteurs