

PROGRAMME

BTS MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES

Nom Prénom :

Durée totale :

Objectifs : Le titulaire du BTS Management des Unités Commerciales a pour perspective de prendre la responsabilité de tout ou partie d'une unité commerciale. Les métiers visés sont très diversifiés, les principales appellations sont :

- Au niveau assistant : second de rayon, assistant chef de rayon, directeur adjoint de magasin, animateur des ventes, conseiller commercial, vendeur-conseil, marchandiseur, télévendeur, télé-conseiller, chargé d'accueil, etc.
- Au niveau responsable : manager de rayon, responsable de rayon, directeur de magasin, responsable de site, responsable de secteur, chef des ventes, chef de marché, administrateur des ventes, chef de caisse, superviseur, etc.

Moyens : La liste des formateurs et des moyens pédagogiques sont remis avec le livret d'accueil et affichées dans le centre.

Culture Générale et Expression (80 heures)

L'objectif est de vérifier l'aptitude des candidats à communiquer avec efficacité

- Communication orale et écrite
- S'informer, se documenter
- Appréhender un message
- Réaliser un message
- Apprécier un message ou une situation

Langue vivante 1 - Anglais ou Espagnol (90 heures)

L'objectif est d'évaluer :

- La compréhension de la langue vivante étrangère écrite et orale
- L'expression écrite et orale

Economie Droit (146 heures)

Economie générale :

La coordination des décisions économiques
La création de richesse et la croissance économique
La répartition des richesses
Le financement de l'économie
La politique économique dans le cadre européen
La gouvernance de l'économie mondiale

Droit :

L'individu au travail
Les structures et les organisations
Le contrat, support de l'activité économique de l'entreprise
L'immatériel dans les activités économiques
L'entreprise face aux risques

Management des entreprises (73 heures)

1. Finaliser et décider
 - Entreprendre et diriger
 - Elaborer une stratégie
2. Mettre en Œuvre une stratégie
 - Adapter la structure
 - Mobiliser les ressources

Management et gestion des unités commerciales (148 heures)

- Les fondements du management
- Le management de l'unité commerciale
- L'organisation de l'équipe
- La gestion courante de l'unité commerciale
- La gestion des investissements
- La gestion de l'offre
- La Gestion prévisionnelle
- L'évaluation des performances de l'unité commerciale

Gestion de la relation commerciale (223 heures)

- Les bases de la mercatique
- Le marché des produits et services
- La relation commerciale et le marché
- La mercatique opérationnelle de l'unité commerciale
- Le contexte organisationnel de la relation commerciale
- Les réseaux d'unités commerciales et leurs stratégies

Projet de développement de l'unité commerciale (227 heures)

Epreuve permettant d'évaluer les aptitudes du candidat à prendre des décisions commerciales ayant une incidence directe sur le développement de l'unité commerciale. Il incombera au candidat d'apprécier toutes les conséquences qu'elles entraînent, en estimant la faisabilité et en mesurant les risques et les opportunités.

Les projets relèvent essentiellement du développement de la clientèle et du développement de l'offre.

Informatique commerciale (68 heures)

- Information commerciale : ressource stratégique
- Organisation de l'information
- Informatique appliquée à la gestion de la relation avec la clientèle, à la gestion de l'offre, à celle de l'unité commerciale
- Présentation et diffusion de l'information commerciale

Communication (45 heures)

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

TOTAL : 1100 HEURES