

M.U.C. (Management des Unités Commerciales)



1 - emploi

2 - activités

3 - modalités

4 - rémunération

5 - matières enseignées

6 - profil

7 –contrôle des connaissances

8 – règlement d'examen

Les qualités personnelles du technicien supérieur de Management des Unités Commerciales sont :

De l'initiative, du dynamisme et de la persévérance – Des capacités d'organisation – Le sens de la responsabilité. La souplesse et la rigueur - Le sens du contact, de la relation, de la négociation - La capacité d'animer une équipe - L'aptitude à gérer des contraintes, le temps. En fonction de son expérience et de ses qualités, le titulaire du BTS Management des unités commerciales remplit les missions suivantes :

- Management de l'unité commerciale
- Gestion de la relation avec la clientèle
- Recherche et exploitation de l'information nécessaire à l'activité commerciale.

1 - emploi

Le technicien supérieur d'action commerciale exerce ses activités dans les entreprises commerciales de gros ou de détail, dans les services commerciaux des entreprises industrielles ou des entreprises de service.

Niveau assistant :

Assistant chef de rayon, directeur adjoint de magasin, animateur des ventes, vendeur conseil...

Niveau responsable :

Manager de rayon, directeur de magasin, responsable d'un centre de profit, chef de marché...

Il contribue au dynamisme de l'entreprise en vue d'optimiser les achats, les ventes, le service à la clientèle. Il exerce à l'intérieur ou à l'extérieur de l'entreprise. Il appréhende les marchés dans leurs dimensions nationales et internationales.

2 - activité

Le titulaire du BTS Management des unités commerciales a pour perspective de prendre la responsabilité de tout ou partie d'une unité commerciale (magasin, supermarché, hypermarché, agence commerciale, site marchand etc.)

Au contact de la clientèle, il mène toute action destinée à l'attirer, l'accueillir, et lui vendre les produits et/ou services répondant à ses attentes.

Chargé des relations fournisseurs, il veille à adapter en permanence l'offre commerciale en fonction de l'évolution du marché.

3 - modalités & 4 - rémunération

voir pour ces 2 points les paragraphes analogues - du [BTS assistant\(e\) de direction](#)
(prochainement assistant de manager)

5 - matières enseignées et épreuves

U1 – Français :

Synthèse et résumé de texte

U2 – Langue vivante étrangère 1 :

Application de l'anglais au niveau commercial

U3 – Economie et droit :

Connaissance en matière civile, commerciale et sociale dans le domaine économique et juridique.

U4 – Mercatique :

Fondements de la mercatique. La relation commerciale (contexte, marché, mercatique opérationnelle de l'unité commerciale..). La mercatique des réseaux d'unités commerciales.

U5 - Management des unités commerciales :

Fondements du management. Le management de l'unité commerciale. Le management de l'équipe d'un centre de profit. Le management de projet.

U6 - Gestion des unités commerciales :

Gestion courante, gestion des investissements, gestion prévisionnelle, évaluation des performances.

U7 - Communication :

Communication interpersonnelle, manageriale et commerciale.

U8 - Informatique commerciale :

Organisation de l'information, informatique appliquée à la gestion de clientèle, à la gestion de l'unité commerciale..

EF1 - Langue vivante étrangère 2

Durée de la formation 2 ans

Ce BTS, par sa durée, permettra à l'entreprise et à l'étudiant de s'engager dans un réel contrat de travail donc dans un véritable rapport employeur-employé.

6 - profil

Domaines d'intervention

Le technicien supérieur "Management des Unités Commerciales" intervient dans les domaines suivants :

- organisation de l'ensemble des activités commerciales,
- organisation et gestion de la structure commerciale,

- réflexions stratégiques à la définition des objectifs commerciaux, au choix des politiques d'achat et de vente,
- recherche des circuits, canaux et moyens de distribution,
- opérations de promotion et manifestations : campagnes, salons, expositions, foires...

Ses aptitudes

- Mener à bien des négociations,
- Animer une équipe commerciale,
- Organiser et gérer un rayon, un service, un point de vente,
- Mettre en place les moyens propres à maintenir, à consolider, à développer des relations commerciales.

Axes d'activités et débouchés

Cinq pôles dominants :

A. Étudier, prospector le marché et/ou le produit

B. Négocier lors de l'achat ou de la vente

C. Animer :

- un point de vente,
- une équipe commerciale,
- des actions promotionnelles.

D. Gérer – administrer :

- des moyens matériels,
- des moyens humains,
- des moyens financiers.

E. Conseiller la clientèle, son entreprise.

Le technicien "action commerciale" exploite les moyens de communication, de traitement et de diffusion de l'information mis à sa disposition.

Il sait organiser son travail, gérer son temps et les moyens financiers et humains dont il dispose.

Par conséquent les jeunes sortants de cette section peuvent entreprendre diverses fonctions en entreprise :

Chef de rayon, chef de produit, gérant d'une succursale, acheteur, VRP, agent commercial, assistant de chef de publicité, collaborateur de services commerciaux dans toutes entreprises, chargé de clientèle...

7 –contrôle des connaissances

Il s'effectue par :

- contrôle dans les différentes disciplines
- 4 partiels « blancs » durant la formation.

Les formateurs, le responsable et le directeur du centre de formation assurent l'encadrement des apprenants et les suivent dans leur travail.

8 – règlement d'examen

Nature des épreuves	Forme	Durée	Coefficient	Horaire hebdomadaire
Français	Écrite	4 h 00	3	2 h / sem
Langue vivante étrangère (anglais)	Écrite	2 h 00	1.5	2 h / sem
	Orale	20 min	1.5	
Économie et droit	Écrite	4 h 00	3	4 h / sem
Management et gestion des unités commerciales	Ecrite	5 h 00	4	4 h / sem
Analyse et conduite de la relation commerciale	Orale	45 mn	4	2 h / sem
Projet de développement d'une unité commerciale	Orale	40 mn	4	2 h / sem
Langue vivante 2 facultative	Orale	20 mn	1	