

FONCTION

Le titulaire du BTS Management des Unités Commerciales a pour perspective de prendre la responsabilité de tout ou partie d'une unité commerciale.

Il exerce ses activités dans les entreprises de distribution des secteurs alimentaires ou spécialisés, dans les unités commerciales des entreprises de production, de commerce, électronique ou de prestation de services.

Il participe :

- au développement de l'activité des unités commerciales (animation, stratégie, objectifs).
- à la gestion et fidélisation des relations avec la clientèle.

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

PROFIL

- Être attentif aux demandes des clients.
- Être organisé, ouvert d'esprit.
- Avoir une grande capacité à communiquer.
- Animer une équipe.
- Avoir le sens des responsabilités.

CONDITIONS D'ADMISSION

- Bac ou titre de niveau IV
- Dossier scolaire
- Test
- Entretien individuel

L'ALTERNANCE

- Statut : salarié avec signature d'un contrat ou d'une période de professionnalisation avec une entreprise partenaire donnant lieu au versement d'un salaire et à la prise en charge des frais de formation par un OPCA
- Rythme : 2 jours en centre de formation
3 jours en entreprise

RÈGLEMENT D'EXAMEN

Le BTS est délivré à tous les candidats ayant obtenu une moyenne générale supérieure ou égale à 10 sur 20 à l'ensemble des épreuves de l'examen affectées de leur coefficient.

ÉPREUVES	MODE	DURÉE	COEFF.
Management et gestion des unités commerciales	Écrit	5h	4
Analyse et conduite de la relation commerciale	Oral	45 min	4
Projet de développement d'une unité commerciale	Oral	40 min	4
Culture Générale et expression	Écrit	4h	3
Langue vivante étrangère	Écrit Oral	2h 20 min	1,5 1,5
Économie et Droit	Écrit	4h	2
Management des entreprises	Écrit	4h	1

PROGRAMME

Durée des études : 2 ans

- Culture Générale et expression ;
- Environnement économique : économie générale et management d'entreprise ;
- Environnement juridique : droit civil, commercial et droit du travail ;
- Langue vivante étrangère ;
- Mercatique ;
 - marché des produits et services,
 - relation commerciale (négociation, vente),
 - mercatique des réseaux (stratégie d'achat, de développement, d'offre, de communication...);
- Management des unités commerciales ;
 - définition et enjeux du management,
 - recrutement, coaching de l'unité commerciale,
 - organisation et animation de l'équipe,
 - management de projet ;
- Gestion des unités commerciales ;
 - gestion courante (règlement, stock, trésorerie),
 - gestion des investissements,
 - gestion de l'offre (coûts et prix...),
 - gestion prévisionnelle (prévision, budget),
 - évaluation des performances ;
- Communication ;
 - communication interpersonnelle,
 - communication professionnelle,
 - communication dans la relation managériale ;
- Informatique commerciale ;
 - organisation et partage de l'information,
 - gestion de la relation client, de l'offre et de l'unité commerciale (enquêtes, tableaux de bord, contrôle des performances..),
 - diffusion de l'information commerciale ;
- Action commerciale appliquée ;
 - préparation et suivi des actions appliquées,
 - maîtrise des techniques de l'entretien ;
- **TOEIC (Test of English for International Communication);**
 - Depuis plus de 25 ans, le test TOEIC® est le test de référence internationale pour les entreprises, les institutions gouvernementales et académiques,
 - Avec plus de 4,5 millions de tests passés chaque année, le test TOEIC® est le standard mondial de l'évaluation de la langue anglaise en milieu professionnel.