



Programme Pédagogique National du DUT « Techniques de commercialisation »

Présentation de la formation

Le diplôme universitaire de technologie (DUT) Techniques de commercialisation (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 qui comptent en plus une UE pour les activités professionnelles (stages et projets tutorés).

Le parcours de formation conduisant au DUT est constitué d'une majeure, qui garantit le cœur de compétence du DUT, et des modules complémentaires. Ces modules complémentaires sont destinés à compléter le parcours de l'étudiant qu'il souhaite une insertion professionnelle ou qu'il souhaite une poursuite d'études vers d'autres formations de l'enseignement supérieur.

Dans le cas d'une poursuite d'études, les modules complémentaires visent soit la poursuite d'études vers un niveau 2 de certification, soit une poursuite d'études vers un niveau 1 de certification. Dans l'un ou l'autre cas les capacités complémentaires attendues sont de l'ordre de l'approfondissement technologique, du renforcement des compétences professionnelles et de l'ouverture scientifique.

Les modules complémentaires, quel que soit le parcours suivi par l'étudiant, font partie intégrante du diplôme universitaire de technologie.

Ceux destinés à favoriser la poursuite d'études sont offerts à l'étudiant, qui en a la capacité et le souhait, dans le cadre de l'adaptation de son parcours en fonction de son projet personnel et professionnel. Elaborés par les IUT en prenant appui sur les préconisations des commissions pédagogiques nationales, ils présentent les mêmes caractéristiques en terme de volume horaire et en terme de coefficient entrant dans le contrôle des connaissances que les modules visant l'insertion immédiate.

Adaptation à l'environnement professionnel

Les adaptations à l'environnement professionnel sont à chaque semestre des compléments, des approfondissements ou des éclairages nouveaux des matières traitées durant le semestre. Le volume horaire concerné peut donner lieu à la création d'une ou deux matières spécifiques rattachées aux unités d'enseignement existantes ou servir à renforcer des enseignements prévus dans une ou plusieurs unités d'enseignement.

Elles permettent ainsi de respecter l'unité du contenu du DUT tout en tenant compte de la réalité locale du milieu économique et des bassins d'emploi.

A titre d'exemple, elles peuvent permettre de préparer les étudiants à l'étude d'une deuxième langue vivante étrangère, à une meilleure maîtrise de concepts essentiels pour l'insertion dans un secteur d'activité particulier (banque, assurance, distribution, agroalimentaire, négociation vente/achat, international, etc.).

Les modules d'adaptation à l'environnement professionnel se répartissent comme suit :

- Semestre 1 : 30
- Semestre 2 : 30
- Semestre 3 : 25 (modules complémentaires)
- Semestre 4 : 35 (modules complémentaires)

Apprendre et travailler autrement

Les heures consacrées à « Apprendre et Travailler Autrement » représentent 140 heures réparties comme suit :

- Semestre 1 : 35 (cœur de compétences)
- Semestre 2 : 35 (cœur de compétences)
- Semestre 3 : 35 (15 cœur de compétences et 20 module insertion professionnelle)
- Semestre 4 : 35 (15 cœur de compétences et 20 module insertion professionnelle)

100 heures consacrées à « Apprendre et Travailler autrement » font partie du cœur de compétences.

Ces modules, en étroite relation avec tous les autres enseignements, sont rattachés aux unités d'enseignement existantes et doivent permettre à l'étudiant d'approfondir de manière autonome ou tutorée les connaissances acquises.

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 celles des autres modules.

Cœur de compétences commerciales

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

- Semestre 1 : 425 heures (dont 35 Apprendre et Travailler autrement)
- Semestre 2 : 425 heures (dont 35 Apprendre et Travailler autrement)
- Semestre 3 : 225 heures (dont 15 Apprendre et Travailler autrement)
- Semestre 4 : 190 heures (dont 15 Apprendre et Travailler autrement)

Projet Personnel et Professionnel (PPP)

Des activités pédagogiques permettent à l'étudiant d'être mis face à son devenir professionnel. Ces modules de formation lui permettront de se positionner vers des secteurs d'activité, des métiers ou des perspectives de poursuite d'études.

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.

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.

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.

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.

Langues vivantes

En plus de l'anglais, dont la maîtrise est indispensable dans le domaine commercial, l'étude d'une seconde langue vivante – utilisant en partie les volumes horaires prévus pour l'adaptation à l'environnement professionnel - est vivement recommandée.

Les niveaux de langues à atteindre tout au long des quatre semestres sont établis en référence à l'arrêté du 22 mai 2000 instituant le C.L.E.S. (1^{er} degré, 2^e degré, voire 3^e degré - définis respectivement par référence aux niveaux B1, B2 et C1 du Conseil de l'Europe).

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 3 ^e correspond au rang du module dans l'UE.
----------	--

Semestre 1						Total	CM	TD	TP	Coef.	
UE11 : Découverte de l'environnement professionnel											6
M111 Environnement économique et juridique											
Économie générale						30	15	15		1	
Organisation de l'entreprise						30	15	15		1	
Droit : principes généraux						30	15	15		1	
M112 Gestion commerciale de l'entreprise											
Introduction à la comptabilité						30	15	15		1	
Introduction à la mercatique						30	15	15		1	
Logistique						20	10	10		1	
UE12 : Outils du développement personnel et professionnel											
M121 Outils méthodologiques											
Bureautique T.I.C.						30		10	20	1	
Mathématiques et statistiques appliquées						30	10	20		1	
Projet personnel et professionnel						30			30	1	
M122 Outils de la relation interpersonnelle											
Négociation - Vente						30		10	20	1	
Expression communication						30		30		1	
Langue(s) étrangère(s) de spécialité						40		20	20	1	
AUTRES											
Adaptation à l'environnement professionnel						30		30			
Apprendre et travailler autrement						35		35			
Totaux Semestre 1						425	95	240	90		

Semestre 2						Total	CM	TD	TP	Coef.	
UE 21 : Outils de l'analyse mercatique											7
M211 Analyse des marchés											
Mercatique fondamentale						20	10	10		1	
Projet personnel et professionnel						20		20		1	
Études et recherches commerciales						30	10	20		1	
Approche des marchés étrangers						20	10	10		1	
M212 Techniques de gestion											
Informatique appliquée						20		10	10	1	
Statistiques appliquées, probabilités (initiation)						20	10	10		1	
Comptabilité de gestion						20	10	10		1	
UE 22 : Outils de la relation commerciale											8
M221 Langages et communication											
Communication commerciale						20	10	10		1	
Expression et culture						30		30		1	
Langue(s) étrangère(s) de spécialité						40		20	20	1	
Psychosociologie de la communication						20	5	15		1	
M222 Vente et distribution											
Distribution						30	15	15		1	
Droit et commerce						20	10	10		1	
Mercatique directe						20	5	15		1	
Négociation - Vente						30		10	20	1	
UE 23 : Activités professionnelles											2
Stage (2 semaines minimum)										1	
Projet tutoré										1	
AUTRES											
Adaptation à l'environnement professionnel						30		30			
Apprendre et travailler autrement						35		35			

Totaux Semestre 2		425	95	280	50	
Semestre 3 - Insertion professionnelle DUT		Total	CM	TD	TP	Coef.
UE 31 : Cœur des compétences commerciales						
M311 Techniques commerciales						
	Mercatique opérationnelle	30	10	20		1
	Langue(s) étrangère(s) de spécialité	30		10	20	1
	Négociation - Vente	30		10	20	1
	Techniques du commerce international	30	15	15		1
M312 Outils de la relation client						
	Communication commerciale	30	10	20		1
	Droit et commerce	30	10	20		1
	Mercatique du point de vente	30	10	20		1
UE 32DUT : Insertion professionnelle DUT						
M321DUT Développement aptitudes personnelles						
	Psychosociologie des organisations	20		20		1
	Projet personnel et professionnel	15			15	1
	Expression et communication professionnelle	20		10	10	1
M322DUT Compétences opérationnelles						
	Statistiques et probabilités appliquées	20	5	15		1
	Droit du travail	20	10	10		1
	Animation de la force de vente	20		10	10	1
AUTRES						
	Adaptation à l'environnement professionnel	25		25		
	Apprendre et travailler autrement	35		35		
Totaux Semestre 3		385	70	240	75	

Semestre 4 - Insertion professionnelle DUT		Total	CM	TD	TP	Coef.
UE 41 : Cœur de compétences commerciales						
M411 Techniques commerciales avancées						
	Stratégie - Qualité	45	15	30		1
	Langue(s) étrangère(s) de spécialité	40		25	15	1
	Stratégies de distribution	40	10	30		1
	Gestion de la relation client	20		20		1
	T.I.C. et multimédia	30		20	10	1
UE 42DUT : Insertion professionnelle DUT						
M421DUT Maîtrise de l'environnement professionnel						
	Problématiques économiques appliquées	30	15	15		1
	Projet personnel et professionnel	20		10	10	1
	Négociation - Achat	30		15	15	1
	Gestion financière et budgétaire	30	15	15		1
	Mercatique stratégique	30	10	20		1
UE 43 : Activités professionnelles						
	Stage (8 semaines minimum)					3
	Projet tutoré					2
AUTRES						
	Adaptation à l'environnement professionnel	35		35		
	Apprendre et travailler autrement	35		35		
Totaux Semestre 4		385	65	270	50	

Contrôle des connaissances

Les modalités de contrôle des connaissances et des aptitudes sont fixées conformément aux dispositions de l'arrêté relatif au diplôme universitaire de technologie dans l'Espace européen de l'enseignement supérieur.

Crédits Européens

L'obtention du DUT confère l'attribution de 120 crédits. Chaque semestre équivaut à 30 crédits.

Conduire une mission commerciale en entreprise

STAGES 350 H

OBJECTIFS

Le stage doit permettre à l'étudiant la conduite et/ou l'étude 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 œuvre - 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.

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 à l'arrêté organisant les études en IUT, 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 constitué de professionnels et d'enseignants.

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

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 mixte constitué de professionnels et d'enseignants.

	PROJET PERSONNEL ET PROFESSIONNEL (PPP)
--	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestres
DUT Techniques de Commercialisation	12 – 21 – 32 – 42	1 – 2 – 3 - 4
Cours :	T. D. : 30	T.P. : 55

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 professionnelle)

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

	APPRENDRE ET TRAVAILLER AUTREMENT
--	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestres
DUT Techniques de Commercialisation	À affecter dans les Unités d'Enseignement	1 – 2 – 3 - 4
Cours :	T. D. : 140	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.

	APPROCHE DES MARCHÉS ÉTRANGERS
--	---------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 21 : Outils de l'analyse mercatique	2
Cours : 10	T. D. : 10	T.P. :

Objectifs :

Permettre à l'étudiant de comprendre l'utilité de l'exportation pour une entreprise et la démarche à mettre en œuvre 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.
- Permettre, 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 au semestre 3.

Compétences :

Ce cours doit permettre d'acquérir une démarche méthodologique et des éléments de connaissance.

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

Il sera important de s'appuyer sur des études de cas quantitatives et qualitatives pour donner à l'étudiant l'opportunité de mettre en œuvre une démarche globale et cohérente d'approche des marchés étrangers.

	TECHNIQUES DU COMMERCE INTERNATIONAL
--	---

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 31 : Cœur de Compétences commerciales	3
Cours : 15	T. D. : 15	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 coût de revient import ;
- Sélectionner la solution transport optimale.

Contenu :

1. L'organisation IMPORT-EXPORT
 - Tâches et missions du service import-export
 - Les métiers liés à l'import-export
2. La politique prix et les incoterms
 - Le coût de revient export
 - Les incoterms
 - Le prix d'offre
 - Le coût de revient import
3. Les transports
 - Le choix de la solution transport
 - Les assurances transport et marchandises
4. Le financement de l'activité export
 - Les moyens de financement de l'activité
 - Les techniques de paiement et la couverture des risques de non-paiement
 - La couverture des risques de change
5. La douane
 - Les missions de la douane
 - Les opérations douanières IMPORT-EXPORT (intra-communautaire, pays tiers)

	COMMUNICATION COMMERCIALE
--	----------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 22 : Outils de la relation commerciale	2
Cours : 10	T. D. : 10	T.P. :

Objectifs :

- Pouvoir 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 d'imagination et de création ;
- Être ouvert et compréhensif ;
- Avoir une vision systémique ;
- Avoir un esprit créatif.

Contenu :

L'organisation du secteur de la communication :

- les différents acteurs ;
- les méthodes et techniques de la communication commerciale ;
- les médias et les différents supports ;
- la communication institutionnelle ;
- les approches économiques et juridiques.

Élaboration d'une stratégie de communication

- de la mercatique à la communication ;
- définition des objectifs de la communication ;
- différentes stratégies de cible ;
- du cahier des charges à la création des outils :
 - Nom
 - Marque
 - Logo
 - Signature
 - Plaquette
 - Autres outils de communication

	COMMUNICATION COMMERCIALE
--	----------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 31 : Outils de la relation client	3
Cours : 10	T. D. : 20	T.P. :

Objectifs :

- Maîtriser la stratégie et la mise en application des outils ;
- Savoir mettre en œuvre une politique de communication commerciale.

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 ;
- accompagner la force de vente.

Savoir-être :

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

Contenu :

Actions et créations

- Charte graphique
- Plaquette
- Logo (nom et marque)
- Magazines et affiches
- Films et pubs
- Dossiers de presse
- Rapport d'activité
- Dossier de partenariat
- Dossier de mécénat
- E-communication (Internet, Intranet)
- Organisation de la communication événementielle

Évaluation et impact

- Pré et post test
- Rendements des actions
- Approches qualitative et quantitative

	GESTION DE LA RELATION CLIENT
--	--------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 41 : Techniques commerciales avancées	4
Cours :	T. D. : 20	T.P. :

Objectifs :

- Comprendre l'importance de la relation client
- Connaître les outils de la relation personnalisée

Compétences :

Être 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 ;
- La mercatique relationnelle.

	MERCATIQUE DIRECTE
--	---------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 22 : Outils de la relation commerciale	2
Cours : 5	T. D. : 15	T.P. :

Objectifs :

- Connaître tous les outils de la mercatique directe et leur mise en œuvre pratique ;
- Répondre aux besoins de communication commerciale ;
- Se situer dans une logique de vente.

Compétences :

Savoir et savoir-faire :

Situer la place de la mercatique directe dans la communication générale de l'entreprise ;
 Connaître les outils de la mercatique directe, notamment à travers leurs aspects économiques et juridiques (rentabilités des opérations, réglementations) et maîtriser l'intégration des nouvelles technologies.

Savoir-être :

Savoir travailler en groupe ;
 Être créatif et imaginatif.

Contenu :

Marchés et enjeux de la Mercatique Directe :

- Approches économiques
- Segmentation
- Aspects juridiques
- Fichiers et bases de données

Mise en œuvre des opérations de mercatique directe - utilisation des outils :

- Publipostage ;
- Démarchage téléphonique, relation téléphonique, contact direct ;
- Couponnage ;
- Courriel, Internet, supports multimédias, Visio-Communication ;
- Autres supports (imprimés sans adresses, gratuits, presse gratuite,...).

	DISTRIBUTION
--	---------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 22 : Outils de la relation commerciale	2
Cours : 15	T. D. : 15	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 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- Les circuits de distribution

- Canal de distribution, circuit de distribution, définitions, classifications, fonctions économiques des circuits, fonction de gros, fonction de détail....
- Les configurations d'un circuit : longueur, critère juridique, forme d'organisation

2- L'appareil commercial

- La distribution des produits de grande consommation
 - Définition, évolution et positionnement des formules.
 - Le discount et la domination par les coûts
- La grande distribution non-alimentaire
 - Les grands magasins, les magasins populaires, la grande distribution spécialisée, la vente par correspondance et à distance...

3- Les marques de distribution et la coopération avec les producteurs

- Les rapports distributeurs-producteurs : négociations commerciales, mercatique commerciale, 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 ...

4- Le consumérisme

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

	MERCATIQUE DU POINT DE VENTE
--	-------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 31 : Cœur de compétences commerciales	3
Cours : 10	T. D. : 20	T.P. :

Objectifs :

Connaître, comprendre la politique globale des distributeurs.

Compétences :

Repérer et comprendre les éléments essentiels de la gestion commerciale d'un point de vente ;

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

Contenu :**1 – L'implantation d'un magasin de détail**

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

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...

3 - La gestion et l'optimisation des performances

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

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

	STRATÉGIES DE DISTRIBUTION
--	-----------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 41 : Techniques commerciales avancées	4
Cours : 10	T. D. : 30	T.P. :

Objectifs :

- Comprendre le défi technologique, les modifications dans la structure des canaux et les incidences sur la mercatique 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 :**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 bases de données et des outils de traitement de l'information
- Les outils de la distribution technologique
 - Les centres d'appels
 - Le e-commerce
 - La télévision interactive
 - ...

2 – Les modifications dans la structure des canaux

- Caractéristiques des changements prévisibles
 - Juxtaposition des canaux, intégration du réseau autour d'un canal majeur, création d'un système intégré de canaux de distribution
 - ...
- 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 marché
 - Degré de contrôle exercé sur le circuit
 - Unicité ou pluralité de canaux (Spécialisation ou multicanal ? Facteurs de succès dans la concurrence entre canaux ? Substitution ou complémentarité entre les canaux ?)
 - Méthodologie de choix de réseaux de distribution technologique

3 – L'évolution de la mercatique du point de vente

- 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.

	DROIT – Principes généraux
--	-----------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 11 : Découverte de l'Environnement professionnel	1
Cours : 15	T. D. : 15	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 et morales (capacité, patrimoine, attributs de la personnalité)
- Les biens
- Les obligations
- Les contrats
- La responsabilité civile

	DROIT et COMMERCE
--	--------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 22 : Outils de la relation commerciale	2
Cours : 10	T. D. : 10	T.P. :

Objectifs :

- Connaître les notions de base du droit commercial ;
- Connaître 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

	DROIT et COMMERCE
--	--------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 31 Cœur de compétences commerciales	3
Cours : 10	T. D. : 20	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

Le droit de la consommation :

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

	DROIT du TRAVAIL
--	-------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 32 : Insertion professionnelle	3
Cours : 10	T. D. : 10	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
- rupture

Les relations collectives de travail

- les conventions collectives
- la représentation et l'expression des salariés
- les syndicats et les conflits collectifs

ÉCONOMIE GÉNÉRALE		
Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 11 : Découverte de l'environnement professionnel	1
Cours : 15	T. D. : 15	T.P. :
<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre les mécanismes économiques fondamentaux ; ▪ Situer les principales théories et leurs auteurs ; ▪ Appréhender les enjeux de la politique. 		
<p>Compétences :</p> <p>Maîtriser le vocabulaire économique ; Appréhender la rationalité économique et ses limites.</p>		
<p>Contenu :</p> <p>Introduction</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Principes méthodologiques de l'économie ▪ Histoire de la pensée économique <p>Notions de microéconomie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Activités et agents économiques ▪ La consommation et les consommateurs ▪ La production et les producteurs ▪ L'équilibre de marchés <p>Notions de macroéconomie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 <p>Conclusion</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le circuit économique et le fonctionnement des marchés 		

	PROBLÉMATIQUES ÉCONOMIQUES APPLIQUÉES
--	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 42 : Insertion professionnelle	4
Cours : 15	T. D. : 15	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 ?

	EXPRESSION ET COMMUNICATION
--	------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 12 : Outils du développement personnel et professionnel	1
Cours :	T. D. : 30	T.P. :

Objectifs :

- Développer les capacités de lecture, de rédaction et de prise de parole en public dans le souci **d'informer**

Compétences : S'informer, Rédiger, S'exprimer

Savoir rédiger des courriers (lettre de demande de stage notamment) ;
 Savoir rédiger un compte-rendu, un rapport ;
 Être capable de rechercher une information auprès de différentes sources ;
 Être capable d'argumenter un projet professionnel ;
 Acquérir des capacités d'expression orale.

Contenu :

- Langue et registres de langue
- Les fonctions du langage
- Le processus de la communication
- Les différentes sources d'information
- Les différents types d'écrits : la littérature, la presse, l'entreprise ...
- La correspondance, le compte-rendu, le rapport
- La recherche de stage, d'emploi : élaboration d'un dossier de candidature (curriculum vitae et lettres)
- La présentation orale : le travail de la voix, du corps, les gestes

	EXPRESSION ET CULTURE
--	------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 22 : Outils de la relation commerciale	2
Cours :	T. D. : 30	T.P. :

Objectifs :

- Développer les capacités de lecture, de rédaction et de prise de parole en public dans le souci de **convaincre** ;
- Participer à une production culturelle.

Compétences :

S'informer :

Être capable de se constituer une documentation personnelle

Être capable d'accéder à une base de données thématiques

Savoir lire et analyser un message visuel

Rédiger :

des écrits argumentatifs

Parler :

argumenter et convaincre

s'inscrire dans une démarche culturelle

Contenu :

- La recherche et l'élaboration de plans
- L'élaboration d'une fiche de lecture, d'une documentation personnelle
- L'analyse, la synthèse, la confrontation d'idées
- La note de synthèse et la synthèse de documents
- Les rapports : le rapport de stage, le rapport de faisabilité
- Le compte rendu d'entretien, de réunion
- Les techniques de l'exposé, de la soutenance, du débat
- Les outils modernes de la communication
- Les messages visuels (affiche, publicité, film)
- Les pratiques culturelles (expositions, conférences, débats)

	EXPRESSION ET COMMUNICATION PROFESSIONNELLE
--	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 32 : Insertion professionnelle	3
Cours :	T. D. : 10	T.P. : 10

Objectifs :

Développer les compétences de communication écrite et orale en situation professionnelle.

Compétences :

Savoir constituer un dossier de candidature ;
 Savoir rédiger les principaux écrits professionnels (compte-rendu, note de synthèse) ;
 Maîtriser la communication interindividuelle ;
 Savoir s'adapter aux évolutions des technologies de communication.

Contenu :

- la note de synthèse
- le dossier de candidature
- les différents types d'entretien
- la soutenance de rapport de stage

	PSYCHOSOCIOLOGIE DE LA COMMUNICATION
--	---

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 22 : Outils de la relation commerciale	2
Cours : 5	T. D. : 15	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 ;
Savoir les utiliser dans les situations professionnelles.

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...)

	INTRODUCTION À LA COMPTABILITÉ
--	---------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 11 : Découverte de l'environnement professionnel	1
Cours : 15	T. D. : 15	T.P. :

Objectifs :

- Introduire la dimension financière de l'entreprise ;
- Appréhender les procédures comptables en vue de leur utilisation dans la fonction commerciale.

Compétences :

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

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

	COMPTABILITÉ DE GESTION
--	--------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 21 : Outils de l'analyse mercatique	2
Cours : 10	T. D. : 10	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 :

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

	GESTION FINANCIÈRE ET BUDGÉTAIRE
--	---

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 42 : Insertion professionnelle	4
Cours : 15	T. D. : 15	T.P. :

Objectifs :

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

Compétences :

Être capable d'élaborer un budget ;
 Intégrer la pratique budgétaire dans les activités commerciales ;
 Être capable de retraiter et d'exploiter les documents de synthèse.

Contenu :

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

	BUREAUTIQUE – T.I.C.
--	-----------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 12 : Outils du développement personnel et professionnel	1
Cours :	T. D. : 10	T.P. : 20

Objectifs :

- Connaître le vocabulaire de l'informatique ;
- Maîtriser les outils d'édition et de présentation.

Compétences :

Être 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 tutoré ;
 Être capable de réaliser des documents commerciaux (plaquettes, affiches, journal...).

Contenu :

- Le vocabulaire informatique
- Apport des T.I.C. 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

	INFORMATIQUE APPLIQUÉE
--	-------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 21 : Outils de l'analyse mercatique	2
Cours :	T. D. : 10	T.P. : 10

Objectifs :

- Faire de l'outil informatique un outil d'aide à la gestion commerciale ;

Compétences :

Être capable de construire un tableau simple, de réaliser des graphiques ;
 Savoir utiliser les formules de base, jusqu'à la fonction « Si » ;
 Être capable de construire un planning à l'aide d'un logiciel de gestion de projet.

Contenu :

- Tableur (niveau 1) initiation
- Gestion de projet

	T.I.C. ET MULTIMÉDIA
--	-----------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 41 : Techniques commerciales avancées	4
Cours :	T. D. : 20	T.P. : 10

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 aux outils de mise en ligne de l'information (langages, logiciels,...)

Compétences :

Savoir utiliser les formules complexes ;
 Savoir créer des tableaux dynamiques ;
 Savoir gérer les liens entre feuilles et classeurs ;
 Être 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

LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S) DE SPÉCIALITÉ		
Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 12 – 22 – 31 – 41	1 – 2 – 3 - 4
Cours :	T. D. : 75	T.P. : 75
Objectifs : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Maîtriser au moins une langue étrangère ; ▪ Connaître la culture et la civilisation des pays ; ▪ Savoir utiliser la langue des affaires dans la négociation commerciale interculturelle. 		
Compétences : Utiliser avec aisance la langue, sans blocages psychologiques ni linguistiques ; Être capable de suivre des stratégies d'apprentissages favorisant l'acquisition d'autonomie ; Maîtriser 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 ; Appréhender les différences interculturelles en vue des négociations ; <ul style="list-style-type: none"> ▪ Posséder les connaissances lexicales concernant l'entreprise et son environnement social, économique et culturel. 		
Contenu : SEMESTRE 1 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Communiquer à l'oral dans des situations personnelles et professionnelles simples et savoir se présenter ▪ Acquérir le vocabulaire du téléphone, transmettre un message ▪ Rédiger une correspondance commerciale simple, CV, lettre de motivation ▪ Comprendre des documents commerciaux simples ▪ Développer des stratégies d'amélioration de compréhension de l'oral ▪ Acquérir le vocabulaire de spécialité de base (niveau 1) SEMESTRE 2 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Communiquer à l'oral dans des situations professionnelles et prendre la parole en public ▪ Demander/donner des renseignements au téléphone ▪ Rédiger une correspondance commerciale, une note de synthèse ▪ Comprendre des documents journalistiques ▪ Comprendre des documents audio-visuels simples ▪ Utiliser le vocabulaire de spécialité (niveau 2) SEMESTRE 3 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Négocier en situation professionnelle et par 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 		

	LOGISTIQUE
--	-------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 11 : Découverte de l'environnement professionnel	1
Cours : 10	T. D. : 10	T.P. :

Objectifs :

- Connaître les enjeux de la logistique ;
- Comprendre l'organisation et les contraintes logistiques dans les métiers du commerce.

Compétences :

Identifier des solutions logistiques ;
Intégrer dans la pratique professionnelle les problématiques et les contraintes de la logistique.

Contenu :

- identification de la chaîne des approvisionnements
- 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'Échange de Données Informatisées (E.D.I.), les logiciels d'approvisionnement)
- les réseaux (PERT, MPM, Gantt, ...)
- la logistique (et la gestion) de production
- les contraintes logistiques dans les différentes formes de distribution (vente à distance, Internet...)

	MATHÉMATIQUES ET STATISTIQUES APPLIQUÉES
--	---

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 12 : Outils du développement personnel et professionnel	1
Cours : 10	T. D. : 20	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
- Équation 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
- Étude 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.

	STATISTIQUES APPLIQUÉES – PROBABILITÉS (Initiation)
--	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 2 : Outils de l'analyse mercatique	2
Cours : 10	T. D. : 10	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)

	STATISTIQUES ET PROBABILITÉS APPLIQUÉES
--	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 32 : Insertion professionnelle	3
Cours : 5	T. D. : 15	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 ;
 Savoir poser des hypothèses ;
 Savoir les tester dans des situations classiques rencontrées en études et recherches commerciales.

Contenu :

- Lois de Probabilités usuelles (binomiale, poisson, normale)
- Échantillonnage, estimation (moyenne, fréquence)
- Utilisation du test du Khi-2

Observations importantes : insister sur les applications

	INTRODUCTION A LA MERCATIQUE
--	-------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 11 : Découverte de l'environnement professionnel	1
Cours : 15	T. D. : 15	T.P. :

Objectifs :

- Connaître les bases, l'intérêt et l'état d'esprit d'une démarche mercatique dans une organisation.

Compétences :

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

Savoir être : curiosité, rigueur, logique, cohérence, organisation, méthode, esprit critique

Contenu :

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

	MERCATIQUE FONDAMENTALE
--	--------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 21 : Outils de l'analyse mercatique	2
Cours : 10	T. D. : 10	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 :

Sens de l'observation, curiosité, rigueur, logique, cohérence, organisation, méthode, esprit critique.

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)

	MERCATIQUE OPÉRATIONNELLE
--	----------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 31 : Cœur de Compétences commerciales	3
Cours : 10	T. D. : 20	T.P. :

Objectifs :

- Maîtriser les éléments du plan de marchéage ;
- Travailler la cohérence du plan de marchéage ;
- Construire un plan de marchéage.

Compétences :

Analyser les éléments du plan de marchéage ;
 Élaborer 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 plan de marchéage ;
 Situer son action par rapport au plan de marchéage de l'entreprise.

Contenu :

Politique de produit

- Le concept produit-service : définition, classification et cycle de vie
- Le conditionnement, l'emballage et l'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 (*en rapport avec les modules de distribution, mercatique du point de vente et stratégies de distribution*)

- objectifs,
- stratégies, ...

Politique de communication (*en rapport avec les modules de communication commerciale*)

- objectifs et stratégies.

Le plan de marchéage et sa cohérence

- composantes et articulation.

	MERCATIQUE STRATÉGIQUE
--	-------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 42 : Insertion professionnelle	4
Cours : 10	T. D. : 20	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 de marchéage 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 : Sens de l'observation, curiosité, rigueur, logique, cohérence, organisation, méthode, esprit critique

Contenu :

- Différence et complémentarité entre mercatique stratégique et opérationnelle
- Les origines de la notion de stratégie mercatique (modèles)
- La démarche stratégique en mercatique
 - 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...)

	ÉTUDES ET RECHERCHES COMMERCIALES
--	--

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 21 : Outils de l'analyse mercatique	2
Cours : 10	T. D. : 20	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 œuvre l'étude ;
 Traiter l'information ;
 Analyser et rapporter.

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, collecte 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 guide d'entretien ou le questionnaire (rédaction et choix du mode d'administration)
 - le traitement de l'information

	ORGANISATION DE L'ENTREPRISE
--	-------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 11 : Découverte de l'environnement professionnel	1
Cours : 15	T. D. : 15	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 économique
 - Fonction sociale
 - Fonction sociétale
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

	STRATÉGIE ET QUALITÉ
--	-----------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 41 : Techniques commerciales avancées	4
Cours : 15	T. D. : 30	T.P. :

Objectifs :

- Décoder les enjeux de la stratégie et comprendre les choix stratégiques ;
- Intégrer la démarche qualité et ses enjeux.

Compétences :

Savoir reconnaître la spécificité de la décision stratégique ;
 S'initier à la démarche du diagnostic stratégique ;
 Savoir identifier les principales manœuvres stratégiques, et leurs modalités de mise en œuvre ;
 Montrer le caractère transversal et la permanence de l'esprit "qualité" dans l'entreprise ;
 Comprendre l'importance du client dans la démarche qualité.

Contenu :

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

	NEGOCIATION - VENTE
--	----------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE12 : Outils du développement personnel et professionnel	1
Cours :	T. D. : 10	T.P. : 20

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 ; Être 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
- Élaboration 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

	NEGOCIATION - VENTE
--	----------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE22 : Outils de la relation commerciale	2
Cours :	T. D. : 10	T.P. : 20

Objectifs :

- Être 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 – relation téléphonique

Compétences :

Savoir et savoir-faire :

Connaître les outils de prospection notamment la relation téléphonique ;
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

La relation téléphonique phoning devra être particulièrement approfondie. Elle fait appel aux compétences complémentaires de la négociation. Elle devra être menée en parallèle avec le cours de Mercatique Directe qui se déroule ce même semestre. La relation téléphonique peut donner lieu à des jeux de rôle.

2- Les spécificités de certaines négociations

- négociation inter-entreprises
- négociation grande distribution
- négociation services
-

	NEGOCIATION - VENTE
--	----------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE31 : Cœur des compétences commerciales	3
Cours :	T. D. : 10	T.P. : 20

Objectifs :

- Être 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
- ...

	NEGOCIATION - ACHAT
--	----------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE42 : Insertion professionnelle	4
Cours :	T. D. : 15	T.P. : 15

Objectifs

- Être 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

	ANIMATION DE LA FORCE DE VENTE
--	---------------------------------------

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE32 : Insertion professionnelle	3
Cours :	T. D. : 10	T.P. : 10

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 déterminations 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 :

1. Introduction : enjeux et difficultés de l'organisation et du management d'une équipe de vente
2. 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
3. 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...

	PSYCHOSOCIOLOGIE DES ORGANISATIONS
--	---

Parcours	Unité d'enseignement	Semestre
DUT Techniques de Commercialisation	UE 32 : Insertion professionnelle	3
Cours :	T. D. : 20	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 :

Connaître le comportement des équipes au travail ;
 Connaître les techniques de communication interpersonnelles et savoir les utiliser ;
 Favoriser la compréhension des mutations organisationnelles ;
 Savoir gérer les conflits liés aux changements organisationnels ;
 Savoir mesurer les enjeux de la gestion des ressources humaines.

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