

Licence professionnelle "Bachelor universitaire de technologie"

TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

[Arrêté du 15/04/2022 - BO spécial n°4 du 26 mai 2022](#)

2e et 3e année - Parcours Business développement et management de la relation client

Semestre 3

| Contexte | Activités / Cours | Volume horaire total | dont TP | Adaptation locale (Ressources ou SAÉ) | TP adaptation locale | Type de compétence (voir détails des compétences) | | | | |
|---|--|--------------------------|---------|---------------------------------------|----------------------|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----|
| Situation d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ) | Pilotage d'un projet en déployant les techniques de commercialisation | 100h (adaptation locale) | | 25h | 35h | 1 | 2 | 3 | | |
| | Démarche de création ou de reprise d'entreprise | | | | | 1 | 2 (sauf 2.6) | 3 | 4.1 ; 4.4 | 5.1 |
| | Développement d'une entreprise commerciale basée sur le diagnostic de la stratégie client d'un secteur | | | | | | | 4.1 ; 4.2 ; 4.3 | 5.1 ; 5.4 | |
| | Démarche Portfolio | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ressources | Marketing mix 2 | 18h | | | | 1.3 ; 1.4 | | | | |
| | Entretien de vente | 18h | 10h | | | | 2 (sauf 2.6) | | | |
| | Principes de la communication digitale | 18h | | | | | | 3.1 ; 3.4 | | |
| | Études marketing 3 | 13h | 6h | | | 1.1 ; 1.2 ; 1.3 | | | | |
| | Environnement économique international | 13h | | | | 1.2 ; 1.3 | | | | |
| | Droit des activités commerciales 1 | 13h | | | | 1.3 | 2.3 | 3.1 ; 3.2 ; 3.4 | 4.4 | 5.4 |
| | Techniques quantitatives et représentations 3 | 13h | 5h | | | 1.2 ; 1.4 | 2.5 ; 2.6 | 3.2 | | 5.2 |
| | Tableau de bord commercial | 13h | 4h | | | 1.4 | 2;3 ; 2.5 | 3.3 | 4.1 | 5.2 |
| | Psychologie sociale du travail | 12h | | | | 1.1 ; 1.3 | | | 4.1 ; 4.2 ; 4.3 | |
| | Ressources et culture numérique 3 | 18h | 6h | | | 1.2 | 2.4 ; 2.5 | 3.3 ; 3.4 | 4.1 | 5.2 |
| | Marketing B2B | 13h | 8h | | | | | | 4.1 ; 4.2 ; 4.4 | |
| | Fondamentaux de la relation client | 13h | | | | | | | | 5 |
| | Langue A Anglais appliqué commerce 3 | 15h | 8h | 1 | 2 (sauf 2.3) | 3 | 4;2 | 5.1 ; 5.3 | | |
| | Langue B appliquée au commerce 3 | 15h | 8h | 1 | 2 (sauf 2.3) | 3 | | | | |
| | Expression, communication et culture 3 | 15h | 6h | 1.1 ; 1.2 ; 1.3 | 2.1 ; 2.2 ; 2.4 | 3.1 ; 3.3 ; 3.4 | 4.1 ; 4.3 ; 4.4 | 5.1 ; 5.3 | | |
| Projet personnel et professionnel 3 | 10h | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |

Compétences de niveau 2

| | | Détail des compétences | Niveau de compétence acquis |
|--|--|--|--|
| Compétence 1 MARKETING | 1 - Conduire les actions marketing | 1.1 - Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques 1.2 - Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement complexe 1.3 - Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe 1.4 - Concevoir un mix étendu pour une offre complexe | Niveau 2 : pour construire une offre commerciale complexe ou innovante |
| Compétence 2 VENTE | 2 - Vendre une offre commerciale | 2.1 - Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés 2.2 - Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat 2.3 - Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre 2.4 - Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre 2.5 - Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale 2.6 - Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l'entreprise | Niveau 2 : pour mener un entretien de vente simple |
| Compétence 3 COMMUNICATION COMMERCIALE | 3 - Communiquer l'offre commerciale | 3.1 - Élaborer une stratégie de communication adapté au brief agence 3.2 - Établir une stratégie de moyens en utilisant les indicateurs de choix des supports 3.3 - Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité 3.4 - Mettre en œuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-réputation | Niveau 2 : pour élaborer un plan de communication |
| Compétence 4 BUSINESS DÉVELOPPEMENT | 4 - Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation | 4.1 - Réaliser un diagnostic avant la mise en place d'actions commerciales 4.2 - Mesurer l'importance du choix des cibles commerciales 4.3 - Travailler en équipe tout en respectant le rôle de chacun 4.4 - Adapter l'offre à une demande client | Niveau 1 (2e année) : pour agir en tant que mem-bre de l'équipe commerciale |
| Compétence 5 RELATION CLIENT | 5 - Manager la relation client | 5.1 - Intégrer la satisfaction client dans la réussite de la relation commerciale et la réputation de l'entreprise 5.2 - Piloter sa relation client au moyen d'indicateurs 5.3 - Traiter les réclamations client pour optimiser l'activité 5.4 - Exploiter de façon pertinente les outils de la relation client | Niveau 1 (2e année) : pour agir en tant que mem-bre de l'équipe relation client |

Semestre 4

| Contexte | Activités / Cours | Volume horaire total | dont TP | Adaptation locale (Ressources ou SAÉ) | TP adaptation locale | Type de compétence (voir détails des compétences) | | | | |
|---|---|-------------------------|---------|---------------------------------------|----------------------|---|-----------------|-----------------|-----------|-----------------|
| | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Situation d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ) | Évaluation de la performance du projet en déployant les techniques de commercialisation | 75h (adaptation locale) | | 15h | 35h | 1 | 2 | 3 | | |
| | Pilotage commercial d'une organisation | | | | | 1 | 2 | 3 | | |
| | Élaboration d'un plan d'actions commercial et relationnel | | | | | | | | 4.3 ; 4.4 | 5 |
| | Stage 2e année (8 à 12 semaines) | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Démarche Portfolio | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ressources | Stratégie marketing | 12h | | 15h | 35h | 1.1 ; 1.2 ; 1.3 | | | | |
| | Négociation : rôle du vendeur et de l'acheteur | 13h | 8h | | | | 2 (sauf 2.3) | | | |
| | Conception d'une campagne de communication | 13h | | | | | | 3.1 ; 3.2 ; 3.3 | | |
| | Droit du travail | 8h | | | | 1.1 | 2.5 | | 4.3 | 5.2 |
| | Fondamentaux du management de l'équipe commerciale | 20h | 4h | | | | | | 4.3 | |
| | Relation client omnicanal | 25h | 6h | | | | | | | 5.1 ; 5.3 ; 5.4 |
| | Langue A Anglais appliqué au commerce 4 | 13h | 8h | | | 1 | 2 (sauf 2.3) | 3 | 4.4 | 5.3 |
| | Langue B appliquée au commerce 4 | 13h | 8h | | | 1 | 2 (sauf 2.3) | 3 | 4.4 | 5.3 |
| | Expression, communication et culture 4 | 13h | 6h | | | 1.1 ; 1.2 ; 1.3 | 2.1 ; 2.2 ; 2.4 | 3.1 ; 3.3 ; 3.4 | 4.1 ; 4.4 | 5.3 |
| | Projet personnel et professionnel 4 | 5h | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Compétences de niveau 2

| | | Détail des compétences | Niveau de compétence acquis |
|--|--|--|---|
| Compétence 1 MARKETING | 1 - Conduire les actions marketing | 1.1 - Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques 1.2 - Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement complexe 1.3 - Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe 1.4 - Concevoir un mix étendu pour une offre complexe | Niveau 2 : pour construire une offre commerciale complexe ou innovante |
| Compétence 2 VENTE | 2 - Vendre une offre commerciale | 2.1 - Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés 2.2 - Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat 2.3 - Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre 2.4 - Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre 2.5 - Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale 2.6 - Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l'entreprise | Niveau 2 : pour mener un entretien de vente simple |
| Compétence 3 COMMUNICATION COMMERCIALE | 3 - Communiquer l'offre commerciale | 3.1 - Élaborer une stratégie de communication adapté au brief agence 3.2 - Établir une stratégie de moyens en utilisant les indicateurs de choix des supports 3.3 - Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité 3.4 - Mettre en œuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-réputation | Niveau 2 : pour élaborer un plan de communication |
| Compétence 4 BUSINESS DÉVELOPPEMENT | 4 - Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation | 4.1 - Réaliser un diagnostic avant la mise en place d'actions commerciales 4.2 - Mesurer l'importance du choix des cibles commerciales 4.3 - Travailler en équipe tout en respectant le rôle de chacun 4.4 - Adapter l'offre à une demande client | Niveau 1 (2e année) : pour agir en tant que mem-bre de l'équipe commerciale |
| Compétence 5 RELATION CLIENT | 5 - Manager la relation client | 5.1 - Intégrer la satisfaction client dans la réussite de la relation commerciale et la réputation de l'entreprise 5.2 - Piloter sa relation client au moyen d'indicateurs 5.3 - Traiter les réclamations client pour optimiser l'activité 5.4 - Exploiter de façon pertinente les outils de la relation client | Niveau 1 (2e année) : pour agir en tant que mem-bre de l'équipe relation client |

Semestre 5

| Contexte | Activités / Cours | Volume horaire total | dont TP | Adaptation locale (Ressources ou SAÉ) | TP adaptation locale | Type de compétence (voir détails des compétences) | | | | |
|---|--|-----------------------------|---------|---------------------------------------|----------------------|---|-----------------|-----------|-----------|-----|
| | | | | | | 1 | 2 | 4 | 5 | |
| Situation d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ) | Mise en œuvre et pilotage de la stratégie client d'une entreprise | 100h (adaptation locale) | | 35h | 15h | 1 | 2 | 4 | 5 | |
| | Démarche Portfolio | | | | | 1 | 2 | 4 | 5 | |
| Ressources | Stratégie d'entreprise 1 | 16h | | | | 1.1 ; 1.3 | | | | |
| | Négocier dans des contextes spécifiques 1 | 18h | 12h | | | | 2.2 ; 2.3 | | | |
| | Financement et régulation de l'économie | 13h | | | | 1.1 ; 1.2 ; 1.4 | | 4.3 | 5.2 | |
| | Droit des activités commerciales 2 | 13h | | | | 1.2 ; 1.4 | 2.2 | 4.3 | | |
| | Analyse financière | 13h | 4h | | | 1.3 | 2.3 | | 5.1 | |
| | Ressources et culture numériques appliquées au business développement et au management de la relation client | 13h | 6h | | | | | 4.2 | 5.3 ; 5.4 | |
| | Développement des pratiques managériales | 23h | 6h | | | | | 4.1 ; 4.2 | | |
| | Management de la valeur client | 21h | 6h | | | | | | 5 | |
| | Marketing des services | 25h | 6h | | | | | | 5 | |
| | Pilotage de l'équipe commerciale | 23h | 8h | | | | | 4.1 ; 4.2 | | |
| | Langue A Anglais appliqué au commerce 5 | 13h | 8h | | | | 1.3 ; 1.4 | 2.1 ; 2.3 | 4.2 , 4.3 | 5.3 |
| | Langue B appliquée au commerce 5 | 13h | 8h | | | | 1.3 ; 1.4 | 2.1 ; 2.3 | 4.2 , 4.3 | 5.3 |
| | Expression, communication et culture 5 | 18h | 8h | | | | 1.1 ; 1.2 ; 1.4 | 2.3 | 4.2 , 4.3 | 5.3 |
| | Projet personnel et professionnel 5 | 8h | | | | | 1 | 2 | 4 | 5 |

Compétences de niveau 3

| | | Détail des compétences | Niveau de compétence acquis |
|---|--|---|---|
| Compétence 1 MARKETING | 1 - Conduire les actions marketing | 1.1 - Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement | Niveau 3 : pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activité |
| | | 1.2 - Élaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne) | |
| | | 1.3 - Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur | |
| | | 1.4 - Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre | |
| Compétence 2 VENTE | 2 - Vendre une offre commerciale | 2.1 - Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel | Niveau 3 : pour mener une vente complexe |
| | | 2.2 - Élaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe | |
| | | 2.3 - Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international, etc. | |
| Compétence 4 BUSINESS DÉVELOPPEMENT | 4 - Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation | 4.1 - Mettre en œuvre la stratégie marketing et commerciale au sein de l'équipe | Niveau 2 (3e année) : pour agir en tant que chargé de développement impot/export |
| | | 4.2 - Fédérer les équipes autour de la réussite des objectifs marketing et commerciaux | |
| | | 4.3 - Co-construire une offre en collaboration avec les parties prenantes concernées (externes et internes) | |
| Compétence 5 RELATION CLIENT | 5 - Manager la relation client | 5.1 - Asseoir la réussite de la relation client sur la cohérence globale de l'organisation (outils, processus, communication, structure organisationnelle...) | Niveau 2 (3e année) : pour agir en tant que responsable de l'équipe relation client |
| | | 5.2 - Optimiser l'expérience client pour la mise en place d'un processus d'amélioration continue | |
| | | 5.3 - Contribuer à la diffusion de la culture client au sein de l'organisation | |
| | | 5.4 - Faire évoluer les outils de la relation client | |

Semestre 6

| Contexte | Activités / Cours | Volume horaire total | dont TP | Adaptation locale (Ressources ou SAÉ) | TP adaptation locale | Type de compétence (voir détails des compétences) | | | | |
|---|---|----------------------------|---------|---------------------------------------|----------------------|---|---|---|---|---|
| | | | | | | 1 | 2 | 4 | 5 | |
| Situation d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ) | Stage 3e année (12 à 16 semaines) | 40h (adaptation locale) | | 10h | 5h | 1 | 2 | 4 | 5 | |
| | Démarche Portfolio | | | | | 1 | 2 | 4 | 5 | |
| Ressources | Stratégie d'entreprise 2 | 15h | | | | 1.1 ; 1.2 ; 1.4 | | | | |
| | Négocier dans des contextes spécifiques 2 | 14h | 10h | | | | 2 | | | |
| | Management des comptes-clés (KAM) | 16h | 7h | | | | | 4 | | |
| | Nouveaux comportements des clients | 10h | | | | | | | | 5 |

Compétences de niveau 3

| | | Détail des compétences | Niveau de compétence acquis |
|---|--|---|---|
| Compétence 1 MARKETING | 1 - Conduire les actions marketing | 1.1 - Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement | Niveau 3 : pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activité |
| | | 1.2 - Élaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne) | |
| | | 1.3 - Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur | |
| | | 1.4 - Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre | |
| Compétence 2 VENTE | 2 - Vendre une offre commerciale | 2.1 - Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel | Niveau 3 : pour mener une vente complexe |
| | | 2.2 - Élaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe | |
| | | 2.3 - Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international, etc. | |
| Compétence 4 BUSINESS DÉVELOPPEMENT | 4 - Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation | 4.1 - Mettre en œuvre la stratégie marketing et commerciale au sein de l'équipe | Niveau 2 (3e année) : pour agir en tant que chargé de développement import/export |
| | | 4.2 - Fédérer les équipes autour de la réussite des objectifs marketing et commerciaux | |
| | | 4.3 - Co-construire une offre en collaboration avec les parties prenantes concernées (externes et internes) | |
| Compétence 5 RELATION CLIENT | 5 - Manager la relation client | 5.1 - Asseoir la réussite de la relation client sur la cohérence globale de l'organisation (outils, processus, communication, structure organisationnelle...) | Niveau 2 (3e année) : pour agir en tant que responsable de l'équipe relation client |
| | | 5.2 - Optimiser l'expérience client pour la mise en place d'un processus d'amélioration continue | |
| | | 5.3 - Contribuer à la diffusion de la culture client au sein de l'organisation | |
| | | 5.4 - Faire évoluer les outils de la relation client | |

De la formation à la vie professionnelle

Les 3 parcours du BUT proposés par le département Techniques de Commercialisation de l'IUT2 Grenoble permettent de **développer les compétences professionnelles** attendues dans le domaine du commerce.

