

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 international : achat et vente

Semestre 3

Contexte	Activités / Cours	Volume horaire total	dont TP	Adaptation locale (Ressources et SAÉ)	TP adaptation locale	Type de compétence (voir détails des compétences)						
						1	2	3				
Situation d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	Pilotage d'un projet en déployant les techniques de commercialisation	100h (adaptation locale)				1	2	3				
	Démarche de création d'entreprise à l'international					1	2 (sauf 2.6)	3	4.2 ; 4.3	5.1 ; 5.2 ; 5.3		
	Étude et sélection des marchés à l'étranger pour déployer l'offre								4	5		
	Démarche Portfolio								4	5		
Ressources	Marketing mix 2	18h		25h	35h	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		4.1 ; 4.3		
	Droit des activités commerciales 1	13h						1.3	2.3	3.1 ; 3.2 ; 3.4		
	Techniques quantitatives et représentations 3	13h	5h					1.2 ; 1.4	2.5 ; 2.6	3.2		
	Tableau de bord commercial	13h	4h					1.4	2.3 ; 2.5	3.3	5.3	
	Psychologie sociale du travail	12h						1;1 ; 1.3				
	Ressources et culture numérique 3	18h	6h					1.2	2.4 ; 2.5	3.3 ; 3.4	4.1 ; 4.2	5.1 ; 5.2
	Stratégie et veille à l'international	13h	8h								4	
	Marketing et vente à l'international	13h										5.4
	Langue A Anglais appliqué commerce 3	15h	8h					1	2 (sauf 2.3)	3	4.2	5.1 ; 5.4
	Langue B appliquée au commerce 3	15h	8h					1	2 (sauf 2.3)	3	4.2	5.1 ; 5.4
	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	4.2	5.4
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	Niveau 2 : pour construire une offre commerciale complexe ou innovante
		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	
Compétence 2 VENTE	2 - Vendre une offre commerciale	2.1 - Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés	Niveau 2 : pour mener un entretien de vente simple
		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	
Compétence 3 COMMUNICATION COMMERCIALE	3 - Communiquer l'offre commerciale	3.1 - Élaborer une stratégie de communication adapté au brief agence	Niveau 2 : pour élaborer un plan de communication
		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	
Compétence 4 STRATÉGIE À L'INTERNATIONAL	4 - Formuler une stratégie de commerce à l'international	4.1 - Réaliser de manière structurée un diagnostic export/import à l'aide d'outils stratégiques (collecte des informations en interne)	Niveau 1 (2e année) : pour agir en tant qu'assistant développement impot/export
		4.2 - Collecter les informations de l'environnement international (identifier les sources pertinentes de données, identifier les outils de collecte des données, s'assurer de la fiabilité des données)	
		4.3 - Sélectionner les marchés opportuns, à l'export et à l'import, à l'aide d'indicateurs	
Compétence 5 OPÉRATIONS À L'INTERNATIONAL	5 - Piloter les opérations à l'international	5.1 - Gérer les processus de vente et d'achat à l'international ; identifier et sélectionner les fournisseurs	Niveau 1 (2e année) : pour commercialiser à l'international une offre simple
		5.2 - Suivre les opérations logistiques à l'international grâce à l'appréhension des enjeux de la chaîne logistique	
		5.3 - Sélectionner le mode de transport, l'incoterm, l'assurance et les modalités de paiement dans une logique d'optimisation des coûts	
		5.4 - Positionner l'offre en fonctions des spécificités culturelles identifiées sur le(s) marché(s) ciblé(s)	

Semestre 4

Contexte	Activités / Cours	Volume horaire total	dont TP	Adaptation locale (Ressources et SAÉ)	TP adaptation locale	Type de compétence (voir détails des compétences)					
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			
	Développement de l'offre à l'international							4	5.2 ; 5.3 ; 5.4		
	Stage 2e année (8 à 12 semaines)					1	2	3	4	5	
	Démarche Portfolio					1	2	3	4	5	
Ressources	Stratégie marketing	12h				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				
	Stratégie achats	15h						4.1 ; 4.3			
	Techniques de commerce international 1	15h	6h							5.1 ; 5.2 ; 5.3	
	Management interculturel	15h	4h				4.2 ; 4.3				
	Langue A Anglais appliqué au commerce 4	13h	8h	1	2 (sauf 2.3)	3	4.2	5.1 ; 5.4			
	Langue B appliquée au commerce 4	13h	8h	1	2 (sauf 2.3)	3	4.2	5.1 ; 5.4			
	Expression, communication et culture 4	13h	6h	1.2 ; 1.2 ; 1.3	2.1 ; 2.2 ; 2.4	3.1 ; 3.3 ; 3.4	4.2	5.4			
	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 STRATÉGIE À L'INTERNATIONAL	4 - Formuler une stratégie de commerce à l'international	4.1 - Réaliser de manière structurée un diagnostic export/import à l'aide d'outils stratégiques (collecte des informations en interne) 4.2 - Collecter les informations de l'environnement international (identifier les sources pertinentes de données, identifier les outils de collecte des données, s'assurer de la fiabilité des données) 4.3 - Sélectionner les marchés opportuns, à l'export et à l'import, à l'aide d'indicateurs	Niveau 1 (2e année) : pour agir en tant qu'assistant développement import/export
Compétence 5 OPÉRATIONS À L'INTERNATIONAL	5 - Piloter les opérations à l'international	5.1 - Gérer les processus de vente et d'achat à l'international ; identifier et sélectionner les fournisseurs 5.2 - Suivre les opérations logistiques à l'international grâce à l'appréhension des enjeux de la chaîne logistique 5.3 - Sélectionner le mode de transport, l'incoterm, l'assurance et les modalités de paiement dans une logique d'optimisation des coûts 5.4 - Positionner l'offre en fonction des spécificités culturelles identifiées sur le(s) marché(s) ciblé(s)	Niveau 1 (2e année) : pour commercialiser à l'international une offre simple

Semestre 5

Contexte	Activités / Cours	Volume horaire total	dont TP	Adaptation locale (Ressources et SAÉ)	TP adaptation locale	Type de compétence (voir détails des compétences)			
Situation d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	Conduite d'une mission import ou export pour 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			
	Négociateur 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	
	Droit des activités commerciales 2	13h				1.2 ; 1.4	2.2		5.3
	Analyse financière	13h	4h			1.3	2.3	4.1	
	Ressources et culture numériques appliquées au business international, achat et vente	13h	6h					4.1	5.4
	Approvisionnement	18h	4h						5
	Techniques de commerce international 2	20h	8h						5.1 ; 5.2 ; 5.3
	Droit international	18h						4	
	Logistique supply chain	18h	8h						5.1 ; 5.2 ; 5.3
	Marketing achat	18h	6h					4	5.1 ; 5.4
	Langue A Anglais appliqué au commerce 5	13h	8h			1.3 ; 1.4	2.1 ; 2.3	4.2	5.1
	Langue B appliquée au commerce 5	13h	8h			1.3 ; 1.4	2.1 ; 2.3	4.2	5.1
	Expression, communication et culture 5	18h	8h			1.1 ; 1.2 ; 1.4	2.3	4.2	5.1
	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 STRATÉGIE À L'INTERNATIONAL	4 - Formuler une stratégie de commerce à l'international	4.1 - Évaluer le diagnostic export/import et faire des préconisations	Niveau 2 (3e année) : pour agir en tant que chargé de développement import/export
		4.2 - Évaluer les marchés internationaux en prenant en compte le contexte géo-éco-politique, les particularités culturelles et les enjeux éthiques	
		4.3 - Proposer le mode d'entrée (filiale, joint-venture, etc.) le plus adéquate	
Compétence 5 OPÉRATIONS À L'INTERNATIONAL	5 - Piloter les opérations à l'international	5.1 - Mobiliser ses connaissances en processus de vente et d'achat dans des situations interculturelles	Niveau 2 (3e année) : pour commercialiser à l'international une offre complexe
		5.2 - Optimiser la chaîne logistique à l'international en intégrant les enjeux environnementaux et éthiques	
		5.3 - Gérer l'administration des ventes/achats à l'international notamment grâce à l'évaluation des modalités de financement de l'opération d'import ou d'export	
		5.4 - Proposer l'offre marketing adaptée au(x) marché(s) ciblé(s)	

Semestre 6

Contexte	Activités / Cours	Volume horaire total	dont TP	Adaptation locale (Ressources et 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			
	Langue A Anglais appliqué au business international	13h	3h						4.1 ; 4.2	5
	Langue B appliquée au commerce international	13h	4h						4.1 ; 4.2	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 calculs 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 STRATÉGIE À L'INTERNATIONAL	4 - Formuler une stratégie de commerce à l'international	4.1 - Évaluer le diagnostic export/import et faire des préconisations	Niveau 2 (3e année) : pour agir en tant que chargé de développement import/export
		4.2 - Évaluer les marchés internationaux en prenant en compte le contexte géo-éco-politique, les particularités culturelles et les enjeux éthiques	
		4.3 - Proposer le mode d'entrée (filiale, joint-venture, etc.) le plus adéquate	
Compétence 5 OPÉRATIONS À L'INTERNATIONAL	5 - Piloter les opérations à l'international	5.1 - Mobiliser ses connaissances en processus de vente et d'achat dans des situations interculturelles	Niveau 2 (3e année) : pour commercialiser à l'international une offre complexe
		5.2 - Optimiser la chaîne logistique à l'international en intégrant les enjeux environnementaux et éthiques	
		5.3 - Gérer l'administration des ventes/achats à l'international notamment grâce à l'évaluation des modalités de financement de l'opération d'import ou d'export	
		5.4 - Proposer l'offre marketing adaptée au(x) marché(s) ciblé(s)	

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.

