

Horaires hebdomadaires

Enseignements	1 ^{ère} année Total (cours + TD)	2 ^{ème} année Total (cours + TD)
Français	2 (1+1)	2 (1+1)
Langue vivante 1	3 (1+2)	3 (1+2)
Economie générale	2	2
Management des entreprises	2	2
Droit	2	2
Gestion de la relation commerciale	9 (5+4)	2
Management et gestion des unités commerciales	4	6
Développement de l'unité commerciale	3	9 (5+4)
Informatique commerciale	2 (1+1)	3 (1+2)
Communication	2 (1+1)	
Total	31 (22+9)	31 (22+9)
LV 2 (facultative)	2	2
Accès des étudiants aux ressources informatiques et documentaires de l'établissement	4	4

Règlement d'examen

Epreuves	Coef.	Forme & durée
Français	3	Ecrit - 4h
L.V. 1	3	Ecrit - 2 h Oral - 20 mn
Economie droit	2	Ecrit - 4h
Management des entreprises	1	Ecrit - 3h
Management et gestion des unités commerciales.	4	Ecrit - 5h
Analyse et conduite de relations commerciales	4	Oral - 45 mn
Projet de développement de l'unité commerciale	4	Oral - 40 mn

Lycée Albert Camus

51, avenue Georges Pompidou
BP 97069

30911 Nîmes cedex 2

Tel: 04 66 62 91 71 - Fax: 04 66 62 98 36

Mél: ce.0300023m@ac-montpellier.fr

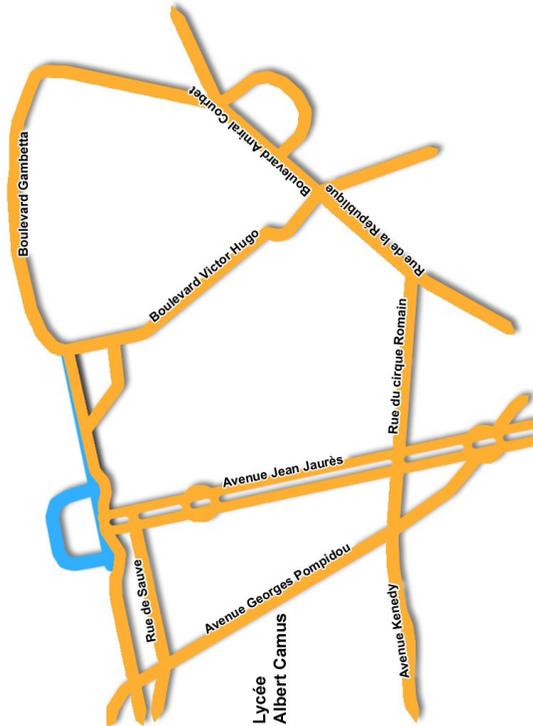
<http://www.lyc-camus-nimes.ac-montpellier.fr>



<https://www.facebook.com/LAC30>

Contact post-bac

Mél : cdt.camus@ac-montpellier.fr



BTS Management des Unités Commerciales

Lycée Albert Camus
POST-BAC

Le métier

Le titulaire du **BTS Management des Unités Commerciales** intervient dans une unité commerciale, c'est-à-dire un lieu physique ou virtuel permettant à un client potentiel d'accéder à une offre de produits ou de services (ex.: magasin, supermarché, agence commerciale, site marchand...).

Le diplômé, opérationnel, est susceptible d'évoluer en ayant accès à des tâches d'encadrement.

Les missions

Le titulaire du **BTS Management des Unités Commerciales** sera amené à prendre la responsabilité de tout ou partie d'une unité commerciale à travers **4 missions fondamentales** :

– Management de l'unité commerciale

- Manager une équipe commerciale : recruter, former, animer...
- Gérer une unité commerciale : définir des objectifs, gérer des équipements...
- Piloter des projets d'action commerciale ou de management : concevoir et réaliser des actions, des études...

– Gestion de la relation avec la clientèle

- Vendre
- Développer la relation de service
- Fidéliser le client
- Créer un trafic de clientèle

– Gestion et animation de l'offre de produits et de services

- Participer à l'élaboration de l'offre de produits et de services
- Mettre à disposition et animer l'offre de produits et services

– Recherche et exploitation de l'information nécessaire à l'activité commerciale

Les secteurs d'activité qui recrutent :

La distribution alimentaire ou non alimentaire (habillement, produits industriels, bricolage...), les services aux professionnels ou aux particuliers (immobilier, banque...), etc.

Une formation tournée vers les TIC (technologies de l'information et de la communication)

La performance commerciale des entreprises repose en grande partie sur la qualité de leur système d'information. Les cours intègrent la présentation et l'exploitation des outils qui permettent de mobiliser ce système d'information comme par exemple :

- la recherche d'informations sur le marché, les produits, etc.
- l'utilisation et l'enrichissement des bases de données client, produit, etc.

Le recours aux TIC est systématique avec l'utilisation des réseaux informatiques, de matériels nomades (ex : le lycée Albert Camus prête des ordinateurs portables pour des missions ponctuelles), de logiciels spécifiques...

Une formation en relation étroite avec l'entreprise

⇒ Une présence en entreprise renforcée...

Le partenariat développé entre le lycée **Albert Camus** et les entreprises offre des stages intéressants pouvant déboucher sur une embauche ou une poursuite d'étude.

L'étudiant consacre **12 à 14 semaines** sur les deux années de formation, dans une ou deux entreprises d'accueil, qui lui confie(nt) des missions et la réalisation d'un projet. Il est suivi par un tuteur dans l'entreprise et un formateur.

⇒ ... et validée par deux épreuves d'examen

• Analyse et conduite de la relation commerciale :

Evaluation des aptitudes du candidat à prendre en responsabilité des activités courantes dans une unité commerciale et des connaissances mobilisées à cette occasion (épreuve en cours de formation – CCF).

• Projet de développement de l'unité commerciale :

Evaluation des capacités de prise de décisions commerciales sur un projet de développement de l'unité commerciale : émergence du projet, diagnostic et faisabilité, préconisation, mise en œuvre des solutions retenues, contrôle et suivi.