

## Domaine

Droit, Économie, Gestion

## Modalités de formation

Formation initiale

Formation continue

En alternance

## Lieu(x) de formation

Institut Universitaire de Technologie de  
l'Oise (site de Beauvais)

## Contact

**Formation continue :**

**Formation Initiale :**

([formation initiale](#), [alternance](#)),

Secrétariat TC-Beauvais

03 44 06 88 68

[tc.beauvais@u-picardie.fr](mailto:tc.beauvais@u-picardie.fr)

([formation initiale](#), [alternance](#)),

Secrétariat TC-Creil

03 44 64 46 46

[tc.creil@u-picardie.fr](mailto:tc.creil@u-picardie.fr)

Cellule Formation Continue

03 44 64 49 50

[fc.iutoise@u-picardie.fr](mailto:fc.iutoise@u-picardie.fr)

## Candidature

[https://www.u-](https://www.u-picardie.fr/formation/candidater-s-inscrire/)

[picardie.fr/formation/candidater-s-](https://www.u-picardie.fr/formation/candidater-s-inscrire/)

[inscrire/](https://www.u-picardie.fr/formation/candidater-s-inscrire/)

## A savoir

**Niveau d'entrée :** Niveau IV (BP, BT,  
Baccalauréat professionnel ou  
technologique)

**Niveau de sortie :** Niveau II (Licence  
ou maîtrise universitaire)

## Prise en charge des frais de formation possible

Demander une étude personnalisée de  
financement : [https://www.u-](https://www.u-picardie.fr/formation/formation-professionnelle-continue/financer-son-projet-formation)  
[picardie.fr/formation/formation-](https://www.u-picardie.fr/formation/formation-professionnelle-continue/financer-son-projet-formation)  
[professionnelle-continue/financer-son-](https://www.u-picardie.fr/formation/formation-professionnelle-continue/financer-son-projet-formation)  
[projet-formation](https://www.u-picardie.fr/formation/formation-professionnelle-continue/financer-son-projet-formation)

En savoir plus sur la Formation  
continue : <https://www.u-picardie.fr/sfcu/>

# BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION (BEAUVAIS)

## Objectifs

Les objectifs de la formation BUT TC et de ses 5 spécialités proposées :

Le BUT TC a pour vocation de former des techniciens supérieurs spécialisés susceptibles de s'intégrer tant dans des entreprises industrielles, commerciales que des administrations ou associations.

A l'issue d'une première année plus généraliste, l'apprenant devra choisir entre plusieurs spécialités :

- Marketing digital, E-business & entrepreneuriat (parcours proposé sur le campus de Beauvais : en formation initiale, et sur le campus de Creil : en formation initiale ou en alternance)
- Business international : achat et vente (NB : parcours non proposé à l'IUT de l'Oise)
- Business développement et management de la relation client (parcours proposé sur le campus de Beauvais : en formation initiale ou en alternance, et sur le campus de Creil : en alternance)
- Marketing et management du point de vente (parcours proposé sur le campus de Beauvais, en formation initiale)
- Stratégie de marque et événementiel (parcours proposé sur le campus de Creil, en formation initiale)

## Parcours

- Business développement et management de la relation client
- Marketing digital, e-business et entrepreneuriat
- Marketing et management du point de vente

## Compétences

La formation BUT « Techniques de Commercialisation » est organisée autour de 3 blocs de compétences communs :

- **MARKETING** : conduire des actions marketing en mettant en oeuvre un plan marketing stratégique, élaborer une offre produit-service, distribuer par les canaux adéquats, adopter une posture citoyenne.
- **VENTE** : vendre une offre commerciale, mener une négociation commerciale, développer la performance commerciale au regard des objectifs attendus, conduire une action de prospection adaptée, maîtriser la communication verbale et non verbale.
- **COMMUNICATION COMMERCIALE** : communiquer l'offre commerciale en définissant et mettant en oeuvre la communication commerciale d'une organisation ou d'un produit et l'animer.

Le choix du parcours en 2ème année induit une spécialisation progressive :

- Business international : achat et vente (NB : parcours non proposé à l'IUT de l'Oise)

Ce parcours vise à former les étudiants au marketing et commerce à l'international en développant deux compétences spécifiques :

- **Formuler une stratégie de commerce à l'international** : évaluation de l'environnement international et sélection des marchés les plus adaptés à son internationalisation
- **Piloter les opérations à l'international** : achats et négociations en vue d'une internationalisation de l'entreprise et adaptation de son offre aux marchés étrangers -

- Business développement et management de la relation client (NB : parcours proposé sur le campus de Beauvais : en formation initiale ou en alternance, et sur le campus de Creil : en alternance)

Ce parcours vise à former les étudiants au développement de l'activité commerciale tout en veillant à la satisfaction client pour bâtir une relation durable. Ce parcours repose sur deux compétences spécifiques :

- **Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation**
- **Manager la relation client**

- Stratégie de marque et événementiel (NB : parcours proposé sur le campus de Creil, en formation initiale)

Ce parcours vise à former les étudiants au management de la marque (Branding management) en développant deux compétences spécifiques :

- **Élaborer une identité de marque** : valorisation de la marque, à travers l'élaboration de contenus pour une marque et le suivi des relations médias, publiques et presse
- **Manager un projet événementiel** : pilotage et gestion des projets événementiels autour de la marque

- Marketing et management du point de vente (NB : parcours proposé sur le campus de Beauvais, en formation initiale)

Ce parcours vise à former les étudiants autour de deux compétences spécifiques :

- manager une équipe commerciale sur un espace de vente
- piloter un espace de vente

- Marketing digital, E-business & entrepreneuriat (NB : parcours proposé sur le campus de Beauvais : en formation initiale, et sur le campus de Creil : en formation initiale ou en alternance)

Ce parcours vise à former les étudiants autour de deux compétences spécifiques :

- gérer une activité digitale
- développer un projet e-business

## Après la formation

### Débouchés professionnels

Les fonctions occupées après un BUT TC peuvent être les suivantes : commercial, chargé de développement commercial, gestionnaire de portefeuille client, assistant export, acheteur, retail manager, manager de rayon, assistant marketing, assistant web marketing, chargé de développement e-commerce, chargé de projet événementiel, brand assistant manager, etc..

Et en fonction du parcours de spécialisation BUT choisi :

- parcours « Marketing digital, E-business & entrepreneuriat » : tous les métiers du marketing digital et du e-business/e-commerce ; création de start-up commerciale digitale (e-commerçant, community manager..)

- parcours « Business international : achat et vente » : tous les métiers du commerce international (acheteur vendeur, responsable, responsable international..)

- parcours « Business développement et management de la relation client » : tous les métiers du développement commercial et du management de la relation client : business developer, chargé d'affaires, gestionnaire de portefeuille clients..

- parcours « Marketing et management du point de vente » : Assistant manager, Merchandiser, Animateur de ventes, Manager de rayon. Puis avec 3 ans d'expérience : Chef de rayon, Manager de point de vente, Responsable de point de vente, Chef de secteur, Responsable drive, Responsable merchandising.

- parcours « Stratégie de marque et événementiel » : chargé de communication, Brand manager, Responsable marque, Coordinateur de marque, Assistant Content Manager, Activateur de marque, Chargé de projet événementiel...

### Secteurs d'activités (visés par la formation)

Les métiers qui peuvent être occupés à la sortie du BUT TC (Techniques de commercialisation) sont très variés et en partie liés au parcours choisi.

Les diplômés peuvent occuper des fonctions dans de nombreux secteurs d'activité (commerces, banque, assurance, immobilier, tourisme, industrie, agroalimentaire, communication, etc..).

## Organisation

La formation du BUT TC se répartit sur trois années universitaires (six semestres).

La formation comprend 1800 heures d'enseignement encadré.

A ces enseignements s'ajoutent 600 heures de projet faisant l'objet d'un tutorat en IUT,

ainsi que 22 à 26 semaines de stages réparties sur les 3 années (1ère année de BUT : 4 semaines ; 2ème année - semestre 4 : 8 semaines ; 3ème année : 16 semaines).

Les étudiants peuvent également suivre la formation en alternance dès la 1ère année du BUT TC.

## Contrôle des connaissances

La formation BUT TC correspond à 1800 heures de cours (CM, TD, TP) + 600 heures de projet + des périodes en entreprise (stages).

Les modalités d'évaluation sont le contrôle continu tout au long des six semestres.

L'évaluation peut prendre la forme de devoirs écrits, d'oraux, de rapports individuels ou en groupe, d'exposés, etc.

L'assiduité est obligatoire. En complément, l'étudiant doit fournir un travail personnel régulier.

Le BUT induit une capitalisation des Unités d'Enseignement et 180 ECTS (crédits) à l'issue des 3 années de formation.

## Responsable(s) pédagogique(s)

Chef de département TC-Beauvais  
Thierry DEFFARGES  
[tc.beauvais@u-picardie.fr](mailto:tc.beauvais@u-picardie.fr)

Chef de département TC-Creil  
Moussa LETTIFI  
[tc.creil@u-picardie.fr](mailto:tc.creil@u-picardie.fr)

## Références & certifications

Identifiant RNCP : 35354  
Codes ROME :

- E1101 : Animation de site multimédia
- E1103 : Communication
- M1302 : Direction de petite ou moyenne entreprise
- M1705 : Marketing
- M1706 : Promotion des ventes

Codes FORMACODE :

- 34093 : Marketing digital

Codes NSF :

- 312 : Commerce, vente

## Programme

VETMIROIR (POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
<b>BONUS OPTIONNEL BUT 1 SEMESTRE 1</b>					
<b>BONUS OPTIONNEL BUT 1 SEMESTRE 2</b>					
<b>COMPÉTENCE 1 MARKETING - NIVEAU 1</b>					<b>22</b>
- UE 11					11
- Portfolio S1	6		3	3	
- R1-11 Langue A : anglais du commerce 1	20		10	10	
- R1-12 LVB du commerce 1	20		10	10	
- R1-13 Ressources et culture numériques 1	24		24		
- R1-14 Expression, Communication et Culture 1	22		16	6	
- R1-15 PPP1 Projet Personnel et Professionnel 1	16		6	10	
- R1-1 Fondamentaux du marketing	39	14	25		
- R1-4 Etudes marketing 1	18	6	12		
- R1-5 Environnement économique de l'entreprise	24	10	14		
- R1-6 Environnement juridique de l'entreprise	22	8	14		
- R1-7 Techniques quantitatives et représentations 1	20	8	12		
- R1-8 Eléments financiers de l'entreprise	16	6	10		
- R1-9 Rôle et organisation de l'entreprise sur son marché	18	6	12		
- SAE1-1 Marketing - Positionnement offre simple sur un marché	18		18		
- UE 21					11
- Stage S2	3		3		
- Portfolio S2	6		6		
- R2-10 Gestion et conduite de projet	10		10		
- R2-11 Langue A - Anglais du commerce 2	24		14	10	
- R2-12 Langue B du commerce 2	24		14	10	
- R2-13 Ressources et culture numériques 2	18		10	8	
- R2-14 Expression, Communication et Culture 2	22		12	10	

VETMIROIR (POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
- R2-15 PPP2 Projet Personnel et Professionnel 2	10		10		
- R2-1 Marketing mix 1	24	10	14		
- R2-4 Etudes marketing 2	18	6	12		
- R2-5 Relations contractuelles commerciales	20	8	12		
- R2-6 Techniques quantitatives et représentations 2	22	8	10	4	
- R2-7 Coûts, marges et prix d'une offre simple	20	8	12		
- R2-8 Canaux de commercialisation et de distribution	16	6	10		
- SAE2-1 Marketing : marketing mix	20		20		
- SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC	8		8		
<b>COMPÉTENCE 2 VENTE - NIVEAU 1</b>					<b>22</b>
- UE 12					11
- Portfolio S1					
- R1-10 Initiation à la conduite de projet	10		10		
- R1-13 Ressources et culture numériques 1					
- R1-14 Expression, Communication et Culture 1					
- R1-15 PPP1 Projet Personnel et Professionnel 1					
- R1-2 Fondamentaux de la vente	24		24		
- R1-7 Techniques quantitatives et représentations 1					
- R1-8 Eléments financiers de l'entreprise					
- SAE1-2 Vente - Démarche de prospection	18		18		
- UE 22					11
- Stage S2					
- Portfolio S2					
- R2-10 Gestion et conduite de projet					
- R2-11 Langue A - Anglais du commerce 2					
- R2-12 Langue B du commerce 2					
- R2-13 Ressources et culture numériques 2					
- R2-14 Expression, Communication et Culture 2					
- R2-15 PPP2 Projet Personnel et Professionnel 2					
- R2-2 Prospection et négociation	26		18	8	
- R2-5 Relations contractuelles commerciales					
- R2-6 Techniques quantitatives et représentations 2					
- R2-7 Coûts, marges et prix d'une offre simple					
- R2-9 Psychologie sociale	18		18		
- SAE2-2 Vente - Initiation au jeu de rôle de négociation	20		20		
- SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC					
<b>COMPÉTENCE 3 COMMUNICATION COMMERCIALE - NIVEAU 1</b>					<b>16</b>
- UE 13					8
- Portfolio S1					

VETMIROIR (POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
- R1-10 Initiation à la conduite de projet					
- R1-11 Langue A : anglais du commerce 1					
- R1-12 LVB du commerce 1					
- R1-13 Ressources et culture numériques 1					
- R1-14 Expression, Communication et Culture 1					
- R1-15 PPP1 Projet Personnel et Professionnel 1					
- R1-3 Fondamentaux de la communication commerciale	22	6	16		
- R1-4 Etudes marketing 1					
- R1-6 Environnement juridique de l'entreprise					
- SAE1-3 Com com - Création d'un support Print	18		18		
- UE 23					8
- Stage S2					
- Portfolio S2					
- R2-11 Langue A - Anglais du commerce 2					
- R2-12 Langue B du commerce 2					
- R2-13 Ressources et culture numériques 2					
- R2-14 Expression, Communication et Culture 2					
- R2-15 PPP2 Projet Personnel et Professionnel 2					
- R2-3 Moyens de la communication commerciale	26	8	18		
- R2-5 Relations contractuelles commerciales					
- R2-6 Techniques quantitatives et représentations 2					
- R2-7 Coûts, marges et prix d'une offre simple					
- R2-9 Psychologie sociale					
- SAE2-3 Com com : élaboration d'un plan de communication	20		20		
- SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC					