Institut Universitaire de Technologie d'Amiens
Avenue des Facultés Le Bailly
80025 Amiens Cedex 1
https://iut-amiens.u-picardie.fr/

Domaine
Droit, Économie, Gestion

Modalités de formation
Formation initiale
Formation continue
En alternance

Effectifs
Capacité d'accueil : 180 étudiants

Lieu(x) de formation
Institut Universitaire de Technologie d'Amiens

Contact
03.22.53.40.78
secretariat-tc@iut-amiens.fr

Candidature
https://www.u-picardie.fr/formation/candidater-s-inscrire/

Formation continue
Volume horaire : 462

Contact :
Estelle Laurent
03 22 53 40 74
estelle.laurent@u-picardie.fr

Demander une étude personnalisée de financement : 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 (AMIENS)
STRATÉGIE DE MARQUE ET ÉVÈNEMENTIEL (BUT 2 - BUT 3, AMIENS)

Compétences

Le BUT Techniques de Commercialisation apporte en outre des compétences communes en marketing, en vente et en communication. Maitrisant les méthodes d'études marketing, notre diplômé sait analyser un marché ou une entreprise et faire des recommandations stratégiques et opérationnelles. Connaissant les enjeux de la communication commerciale, il peut construire un plan de communication pertinent et le mettre en œuvre. Enfin, exercé aux techniques de négociation, il sait prospecter et mener des entretiens commerciaux adaptés aux divers interlocuteurs.

Compétences communes aux 4 parcours :

- Conduire les actions marketing
- Vendre une offre commerciale
- Communiquer l'offre commerciale

4 Parcours au choix :

- Marketing digital, e-business et entrepreneuriat (parcours proposé en alternance)
- Business international : achat et vente
- Marketing et management du point de vente (parcours proposé en alternance)
- Business développement et management de la relation client (parcours proposé en alternance)
- Stratégie de marque et événementiel

Conditions d'accès

Le recrutement s'effectue sur dossier via la procédure ParcourSup.

Peuvent postuler:

Une mixité de bacheliers généraux et technologiques :

Bac général

Les spécialités les plus adaptées sont :

- Sciences Économiques et Sociales
- Mathématiques (ou mathématiques complémentaires en option)
- Numériques et Sciences Informatiques
- Histoire Géographie Géopolitiques et Sciences Politiques
- Littératures Langues et Cultures Etrangères

  Les élèves dont le dossier est de qualité et qui relèvent d'autres spécialités pourront être admis en fonction de leur motivation et résultats académiques.

Bac Technologique

- STMG (toutes spécialités)

  Étudiants en premier cycle d'études supérieures-

  après une ou deux années de licence (L1 ou L2)

  après une ou deux années en classe préparatoire aux grandes écoles (CPGE ou «Prépa»)

  après une ou deux années en premier cycle d'école d'ingénieur «Prépa intégrée»)

Après la formation

Poursuite d'études

Le Bachelor Universitaire de Technologie TC a une finalité de professionnalisation. Permettant une insertion professionnelle immédiate. Il exerce dans les services commerciaux de tout type d'organisation dans tous les secteurs économiques: banque-assurance, immobilier, import-export, distribution, commerce, ventes, événementiel, marketing, communication... Avec de l'expérience, ils pourront évoluer vers des postes d'encadrement.

Il offre aussi la possibilité aux étudiants qui le souhaitent de poursuivre des études :

- Masters d'économie-gestion
- Marketing, commerce

- Communication
- en IAE
- Ecoles de commerce

Débouchés professionnels

- Marketing digital, E-business & entreprenariat Ce parcours vise à former les étudiants aux activités commerciales digitales des organisations en développant leurs compétences dans le pilotage et la gestion de ces activités d'une part [Gérer une activité digitale], et dans le développement de projet commercial digital pouvant mener à la création d'une start-up [Développer un projet e- business] d'autre part. Ce parcours permet de proposer un marketing intégrant efficacement les compétences digitales.
- Métiers ciblés :Tous les métiers du marketing digital et due- business + Création de startup commerciale digitale.
- Business international Ce parcours vise à former les étudiants au marketing et commerce à l'international en développant leurs compétences stratégiques [évaluation de l'environnement international et sélection des marches les plus adaptés à son internationalisation], et leurs compétences opérationnelles [achats et négociations en vue d'une internationalisation de l'entreprise et adaptation de son offre aux marches étrangers] dans un contexte international.
- Métiers ciblés :Tous les métiers du Commerce International.
- Business développement et management de la relation client. 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. Dans le cadre de l'adaptation locale, ce parcours permettra également de former les étudiants à des spécificités sectorielles : banque, immobilier, marches industriels, informatique, etc.
- Métiers ciblés :Tous les métiers du développement commercial et du management de la relation client : Business développer (chargé d'affaires), Gestionnaire de portefeuille clients,...
- Marketing et management du point de vente. Ce parcours vise à former les étudiants au management de l'espace de vente en axant la formation sur les deux dimensions majeures de l'activité : la fonction d'animation d'équipe d'une part [Manager une équipe commerciale sur un espace de vente], et de pilotage de l'espace de vente d'autre part [Piloter un espace de vente].
- Métiers ciblés :Tous les métiers de la Distribution : Retail manager, manager de rayon, gestionnaire de point de vente...
- Stratégie de marque et événementiel. 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
- Métiers ciblés :Tous les métiers liés à l'évènementiel et à la Promotion d'une marque : brand identity manager, brand manager, responsable marque, coordinateur de marque, activateur de marque, responsable évènementiel, chef de projet, chargé de communication produit...

Secteurs d'activités (visés par la formation)

- Secteurs d'activités :
- Le titulaire d'un BUT Techniques de Commercialisation en fonction du parcours choisi exerce son activité dans toutes les organisations qui gèrent des relations clients en B to B et /ou B to C. Les secteurs d'activités sont multiples tels que : banque, assurance, immobilier, tourisme, distribution, agroalimentaire, cosmétique, textile, automobile. G : Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles I : Hébergement et restauration J : Information et communication K : Activités financières et d'assurance L : Activités immobilières R : Arts, spectacles et activités récréatives S : Autres activités de services. : Information et communication R : Arts, spectacles et activités récréatives S : Autres activités de services.

Organisation

La formation se déroule en **6 semestres** pour **un volume horaire de 1 800 heures** (avec en moyenne 30 heures par semaine) et permet d'acquérir 180 ECTS.

Les enseignements sont dispensés sous la forme de :

- **Ressources** : travaux dirigés (environ 28 étudiants) et de cours magistraux en amphithéâtre.
- **SAÉ** (Situation d'Apprentissage et d'Évaluation) : travaux en autonomie et stages (26 semaines réparties sur les 3 années d'études).

Les ressources et les SAÉ permettent d'acquérir des **compétences** dont l'acquisition est appréciée par contrôle continu pour chaque semestre.

Les enseignements sont assurés en partie par des universitaires ou des enseignants issus du secondaire et par des intervenants issus du monde professionnel.

L'assiduité à l'ensemble des activités pédagogiques est obligatoire.

La formation est proposée à **temps plein** et en **alternance** :

- En deux ans, les 2ème et 3ème année de B.U.T.
- En un an, la 3ème année de B.U.T.

Contrôle des connaissances

Le B.U.T. répond aux exigences du contrôle continu. Le contrôle continu implique une assiduité de l'étudiant qui collecte des notes obtenues par différents types de travaux en classe, de travaux personnels ou en groupe, et d'applications professionnelles.

Les compétences seront évaluées à travers des mises en situationpermettant de juger de la capacité de l'étudiant à mobiliser les connaissances acquises dans une mise en situation professionnelle donc un savoir-agir contextualisé.

Responsable(s) pédagogique(s)

Cédric Montigny
cedric.montigny@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

Autres informations

A l'issue des 3 ans, obtention d'un diplôme d'État national, le Bachelor Universitaire de Technologie, de grade Licence (BAC+3).

Programme

(POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS OPTIONNEL BUT 1 SEMESTRE 1					
BONUS OPTIONNEL BUT 1 SEMESTRE 2					
COMPÉTENCE 1 MARKETING - NIVEAU 1					**22**
- UE 11					11
- Portfolio S1	5		5		
- R1-11 LVA1 Langue A - Anglais du commerce 1	25		25		
- R1-12 LVB1 Langue B du commerce 1	21		21		
- R1-13 RCN1 Ressources et culture numériques 1	24		24		
- R1-14 ECC1 Expression, Communication et Culture 1	24		24		
- R1-15 PPP1 Projet Personnel et Professionnel 1	15		15		
- R1-1 FDMK Fondamentaux du marketing	40	20	20		
- R1-4 EM1 Etudes marketing 1	20		20		
- R1-5 ENVECO Environnement économique de l'entreprise	20	10	10		
- R1-6 ENVJU Environnement juridique de l'entreprise	20	10	10		
- R1-7 TQR1 Techniques quantitatives et représentations 1	20		20		
- R1-8 ENVFI Eléments financiers de l'entreprise	15		15		

(POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
- R1-9 ROE Rôle et organisation de l'entreprise	15		15		
- SAE1-1 Marketing - Positionnement offre simple sur un marché	20		20		
- UE 21					11
- Portfolio S2	5		5		
- R2-10 GCP Gestion et conduite de projet	10		10		
- R2-11 LVA2 Langue A - Anglais du commerce 2	25		25		
- R2-12 LVB2 Langue B du commerce 2	20		20		
- R2-13 RCN2 Ressources et culture numériques 2	20		20		
- R2-14 ECC2 Expression, Communication et Culture 2	25		25		
- R2-15 PPP2 Projet Personnel et Professionnel 2	10		10		
- R2-1 MKMIX Marketing mix	20	10	10		
- R2-4 EM2 Etudes marketing 2	20	5	15		
- R2-5 RCC Relations contractuelles commerciales	20	10	10		
- R2-6 TQR2 Techniques quantitatives et représentations 2	25		25		
- R2-7 COUTS Coûts, marges et prix d'une offre simple	20		20		
- R2-8 CCD Canaux de commercialisation et de distribution	15	5	10		
- SAE2-1 Marketing - Mix Marketing	28	10	18		
- SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC	5		5		
- Stage S2	5		5		
COMPÉTENCE 2 VENTE - NIVEAU 1					**22**
- UE 12					11
- Portfolio S1					
- R1-10 ICP Initiation à la conduite de projet	8		8		
- R1-13 RCN1 Ressources et culture numériques 1					
- R1-14 ECC1 Expression, Communication et Culture 1					
- R1-15 PPP1 Projet Personnel et Professionnel 1					
- R1-2 FDVT Fondamentaux de la vente	28		28		
- R1-7 TQR1 Techniques quantitatives et représentations 1					
- R1-8 ENVFI Eléments financiers de l'entreprise					
- SAE1-2 Vente - Démarche de prospection	15		15		
- UE 22					11
- Portfolio S2					
- R2-10 GCP Gestion et conduite de projet					
- R2-11 LVA2 Langue A - Anglais du commerce 2					
- R2-12 LVB2 Langue B du commerce 2					
- R2-13 RCN2 Ressources et culture numériques 2					

(POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
- R2-14 ECC2 Expression, Communication et Culture 2					
- R2-15 PPP2 Projet Personnel et Professionnel 2					
- R2-2 NEGO Prospection et négociation	25		25		
- R2-5 RCC Relations contractuelles commerciales					
- R2-6 TQR2 Techniques quantitatives et représentations 2					
- R2-7 COUTS Coûts, marges et prix d'une offre simple					
- R2-9 PSYSO Psychologie sociale	20	10	10		
- SAE2-2 Vente - Initiation au jeu de rôle de négociation	20		20		
- SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC					
- Stage S2					
COMPÉTENCE 3 COMMUNICATION COMMERCIALE - NIVEAU 1					**16**
- UE 13					8
- Portfolio S1					
- R1-10 ICP Initiation à la conduite de projet					
- R1-11 LVA1 Langue A - Anglais du commerce 1					
- R1-12 LVB1 Langue B du commerce 1					
- R1-13 RCN1 Ressources et culture numériques 1					
- R1-14 ECC1 Expression, Communication et Culture 1					
- R1-15 PPP1 Projet Personnel et Professionnel 1					
- R1-3 FDCC Fondamentaux de la communication commerciale	20	10	10		
- R1-4 EM1 Etudes marketing 1					
- R1-6 ENVJU Environnement juridique de l'entreprise					
- SAE1-3 Communication commerciale - Création support "Print"	20		20		
- UE 23					8
- Portfolio S2					
- R2-11 LVA2 Langue A - Anglais du commerce 2					
- R2-12 LVB2 Langue B du commerce 2					
- R2-13 RCN2 Ressources et culture numériques 2					
- R2-14 ECC2 Expression, Communication et Culture 2					
- R2-15 PPP2 Projet Personnel et Professionnel 2					
- R2-3 MOYCC Moyens de la communication commerciale	20	10	10		
- R2-5 RCC Relations contractuelles commerciales					
- R2-6 TQR2 Techniques quantitatives et représentations 2					

(POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
- R2-7 COUTS Coûts, marges et prix d'une offre simple					
- R2-9 PSYSO Psychologie sociale					
- SAE2-3 Com com - élaboration plan communication commerciale	17		17		
- SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC					
- Stage S2					

(POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS OPTIONNEL BUT 2 SEMESTRE 3					
BONUS OPTIONNEL BUT 2 SEMESTRE 4					
COMPÉTENCE 1 MARKETING - NIVEAU 2					**13**
- UE 31					7
- Portfolio S3	10		10		
- R3-10 LVA3 Anglais appliqué au commerce 3	20		20		
- R3-11 LVB3 LV B appliquée au commerce 3	20		20		
- R3-12 RCN3 Ressources et culture numériques 3	20		20		
- R3-13 ECC3 Expression, Communication, Culture 3	15		15		
- R3-14 PPP3 Projet Personnel et Professionnel 3	10		10		
- R3-1 MKMIX2 Marketing Mix 2	20		20		
- R3-4 EM3 Etudes Marketing 3	15		15		
- R3-5 ENVECOINT Environnement économique international	15		15		
- R3-6 DAC1 Droit des activités commerciales 1	15		15		
- R3-7 TQR3 Techniques quantitatives et représentations 3	15		15		
- R3-8 TBC Tableau de bord commercial	15		15		
- R3-9 PSYCHOSOTR Psychologie sociale du travail	12		12		
- SAE3-1 PILPJ Piloter un projet en déployant les TC	18		18		
- SAE3-2 DCEEVCOM Démarche création entreprise ds événementiel	35		35		
- UE 41					6
- Portfolio S4	15		15		
- R4-1 STRMK Stratégie marketing	15		15		
- R4-4 DTR Droit du travail	10		10		
- R4-5 LVA4 Anglais appliqué au commerce 4	15		15		
- R4-6 LVB4 LV B appliquée au commerce 4	15		15		
- R4-7 ECC4 Expression, communication, culture 4	15		15		
- SAE4-1 EVALPJ Evaluation de la performance du projet	15		15		
- SAE4-2 PILORGA Pilotage commercial d'une organisation	15		15		
- Stage BUT2	10		10		

(POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
COMPÉTENCE 2 VENTE - NIVEAU 2					**13**
- UE 32					7
- Portfolio S3					
- R3-10 LVA3 Anglais appliqué au commerce 3					
- R3-11 LVB3 LV B appliquée au commerce 3					
- R3-12 RCN3 Ressources et culture numériques 3					
- R3-13 ECC3 Expression, Communication, Culture 3					
- R3-14 PPP3 Projet Personnel et Professionnel 3					
- R3-2 EDVT Entretien de vente	20		20		
- R3-6 DAC1 Droit des activités commerciales 1					
- R3-7 TQR3 Techniques quantitatives et représentations 3					
- R3-8 TBC Tableau de bord commercial					
- SAE3-1 PILPJ Piloter un projet en déployant les TC					
- SAE3-2 DCEEVCOM Démarche création entreprise ds événementiel					
- UE 42					6
- Portfolio S4					
- R4-2 NEGORVA Négociation : rôle du vendeur et de l'acheteur	15		15		
- R4-4 DTR Droit du travail					
- R4-5 LVA4 Anglais appliqué au commerce 4					
- R4-6 LVB4 LV B appliquée au commerce 4					
- R4-7 ECC4 Expression, communication, culture 4					
- SAE4-1 EVALPJ Evaluation de la performance du projet					
- SAE4-2 PILORGA Pilotage commercial d'une organisation					
- Stage BUT2					
COMPÉTENCE 3 COMMUNICATION COMMERCIALE - NIVEAU 2					**14**
- UE 33					8
- Portfolio S3					
- R3-10 LVA3 Anglais appliqué au commerce 3					
- R3-11 LVB3 LV B appliquée au commerce 3					
- R3-12 RCN3 Ressources et culture numériques 3					
- R3-13 ECC3 Expression, Communication, Culture 3					
- R3-14 PPP3 Projet Personnel et Professionnel 3					
- R3-3 PRCOMDI Principes de la communication digitale	20		20		
- R3-6 DAC1 Droit des activités commerciales 1					
- R3-7 TQR3 Techniques quantitatives et représentations 3					

(POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
- R3-8 TBC Tableau de bord commercial					
- SAE3-1 PILPJ Piloter un projet en déployant les TC					
- SAE3-2 DCEEVCOM Démarche création entreprise ds événementiel					
- UE 43					6
- Portfolio S4					
- R4-3 CCACOM Conception d'une campagne de communication	15		15		
- R4-4 DTR Droit du travail					
- R4-5 LVA4 Anglais appliqué au commerce 4					
- R4-6 LVB4 LV B appliquée au commerce 4					
- R4-7 ECC4 Expression, communication, culture 4					
- SAE4-1 EVALPJ Evaluation de la performance du projet					
- SAE4-2 PILORGA Pilotage commercial d'une organisation					
- Stage BUT2					
COMPÉTENCE 4 BRANDING - NIVEAU 1					**10**
- UE 34					4
- Portfolio S3					
- R3-12 RCN3 Ressources et culture numériques 3					
- R3-13 ECC3 Expression, Communication, Culture 3					
- R3-15 MKEV1 Marketing de l'événementiel 1	15		15		
- SAE3-1 PILPJ Piloter un projet en déployant les TC					
- SAE3-2 DCEEVCOM Démarche création entreprise ds événementiel					
- SAE3-3 CREAEV Création événement comme outil de branding	30		30		
- UE 44					6
- Portfolio S4					
- R4-5 LVA4 Anglais appliqué au commerce 4					
- R4-6 LVB4 LV B appliquée au commerce 4					
- R4-7 ECC4 Expression, communication, culture 4					
- R4-8 PPP4 Projet Personnel et Professionnel 4	5		5		
- R4-9 RPUBPR Relations publiques et relations presse	15		15		
- SAE4-3 ORGAEV Organisation événement comme outil de branding	20		20		
- Stage BUT2					
COMPÉTENCE 5 EVÉNEMENTIEL - NIVEAU 1					**10**
- UE 35					4
- Portfolio S3					

(POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
- R3-12 RCN3 Ressources et culture numériques 3					
- R3-13 ECC3 Expression, Communication, Culture 3					
- R3-16 FDCOMMQ Fondamentaux de la communication de marque	15		15		
- SAE3-1 PILPJ Piloter un projet en déployant les TC					
- SAE3-2 DCEEVCOM Démarche création entreprise ds événementiel					
- SAE3-3 CREAEV Création événement comme outil de branding					
- UE 45					6
- Portfolio S4					
- R4-10 ORGLOG1 Organisation et logistique 1	20		20		
- R4-11 GESCOM1 Gestion commerciale 1	10		10		
- R4-5 LVA4 Anglais appliqué au commerce 4					
- R4-6 LVB4 LV B appliquée au commerce 4					
- R4-7 ECC4 Expression, communication, culture 4					
- R4-8 PPP4 Projet Personnel et Professionnel 4					
- SAE4-3 ORGAEV Organisation événement comme outil de branding					
- Stage BUT2					

(POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
BONUS OPTIONNEL BUT 3 SEMESTRE 5					
BONUS OPTIONNEL BUT 3 SEMESTRE 6					
COMPÉTENCE 1 MARKETING - NIVEAU 3					**13**
- UE 51					8
- PF5 Portfolio S5	10		10		
- R5-1 STRE1 Stratégie d'entreprise 1	20		20		
- R5-3 FINREGECO Financement et régulation de l'économie	15		15		
- R5-4 DAC2 Droit des activités commerciales 2	15		15		
- R5-5 ANAFIN Analyse financière	15		15		
- R5-6 LVA5 Anglais du commerce 5	20		20		
- R5-7 LVB5 LVB du commerce 5	20		20		
- R5-8 ECC5 Expression, Communication, Culture 5	20		20		
- R5-9 PPP5 Projet Personnel et Professionnel 5	15		15		
- SAE5-1 PJCOMEV Projet de communication événementiel	80		80		
- UE 61					5
- PF6 Portfolio S6	15		15		
- R6-1 STRE2 Stratégie d'entreprise 2	15		15		
- Stage BUT3	20		20		
COMPÉTENCE 2 VENTE - NIVEAU 3					**13**

(POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
- UE 52					8
- PF5 Portfolio S5					
- R5-2 NEGOSP1 Négocier dans des contextes spécifiques 1	20		20		
- R5-4 DAC2 Droit des activités commerciales 2					
- R5-5 ANAFIN Analyse financière					
- R5-6 LVA5 Anglais du commerce 5					
- R5-7 LVB5 LVB du commerce 5					
- R5-8 ECC5 Expression, Communication, Culture 5					
- R5-9 PPP5 Projet Personnel et Professionnel 5					
- SAE5-1 PJCOMEV Projet de communication événementiel					
- UE 62					5
- PF6 Portfolio S6					
- R6-2 NEGOSP2 Négocier dans des contextes spécifiques 2	15		15		
- Stage BUT3					
COMPÉTENCE 4 BRANDING - NIVEAU 2					**17**
- UE 54					7
- PF5 Portfolio S5					
- R5-10 RCNSTRM RCN appliquées à la stratégie de marque et à l	15		15		
- R5-11 STRDEVM1 Stratégie de développement de marque 1	20		20		
- R5-12 MKDIM Marketing digital de la marque	20		20		
- R5-6 LVA5 Anglais du commerce 5					
- R5-7 LVB5 LVB du commerce 5					
- R5-9 PPP5 Projet Personnel et Professionnel 5					
- SAE5-1 PJCOMEV Projet de communication événementiel					
- UE 64					10
- PF6 Portfolio S6					
- R6-3 STRDEVM2 Stratégie de développement de marque 2	15		15		
- Stage BUT3					
COMPÉTENCE 5 EVÉNEMENTIEL - NIVEAU 2					**17**
- UE 55					7
- PF5 Portfolio S5					
- R5-10 RCNSTRM RCN appliquées à la stratégie de marque et à l					
- R5-13 GESCOM2 Gestion commerciale 2	12		12		
- R5-14 ORGLOG2 Organisation et logistique 2	15		15		
- R5-15 CONGRA Conception graphique	20		20		
- R5-16 MKEV2 Marketing de l'événementiel 2	18		18		
- R5-6 LVA5 Anglais du commerce 5					
- R5-7 LVB5 LVB du commerce 5					

(POUR ANNEXE)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
- R5-9 PPP5 Projet Personnel et Professionnel 5					
- SAE5-1 PJCOMEV Projet de communication événementiel					
- UE 65					10
- PF6 Portfolio S6					
- R6-4 EVSEC Evénement sectoriel	20		20		
- Stage BUT3					