

BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION : Marketing Digital E-Business et Entrepreneuriat Plan de formation 2024-2025

Le DUT TC proposait un parcours en alternance, en 2^{ème} année depuis septembre 2017.

Depuis le passage au BUT le département TC de l'IUT Lyon1 de propose aux étudiants du parcours *Business développement et management de la relation client* d'effectuer leur 2^{ème} et 3^{ème} année en alternance.

Pour la 3^{ème} année, le département souhaite élargir cette possibilité aux autres parcours, et proposer ainsi aux étudiants du parcours *Marketing Digital E-Business et Entrepreneuriat* d'effectuer leur 3^{ème} année en alternance.

Objectifs

Le Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation forme de futurs cadres intermédiaires capables d'intervenir dans toutes les étapes de la commercialisation d'un bien ou d'un service : de l'étude de marché à la vente en passant par la stratégie marketing, la communication commerciale, la négociation et la relation client. Le titulaire du Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation est polyvalent, autonome et évolutif. Il couvre les secteurs d'activités en lien avec les métiers de la vente, du marketing et de la communication.

Le titulaire du B.U.T. TC possède des compétences professionnelles et des connaissances universitaires solides lui permettant une intégration dans le monde de l'entreprise et une évolution dans l'environnement professionnel.

Le parcours *Marketing Digital, E-business et Entrepreneuriat* vise à former aux activités commerciales digitales en développant des compétences dans le pilotage et la gestion de ces activités d'une part, et dans le développement de projet commercial digital pouvant mener à la création d'une start-up d'autre part. Les diplômés exerceront les métiers du marketing digital, du e-business au sein de tout type d'organisation et les métiers de l'entrepreneuriat.

Les alternants peuvent effectuer des missions à caractère commercial (prospection et vente...), marketing (étude de marché, lancement de produit, opération de communication...), marketing digital (stratégie de communication digitale, production de contenus digitaux, animation de site internet et réseaux sociaux...) ou entrepreneurial (accompagnement et assistantat d'entrepreneur...).

Compétences visées :

Au cours de leur formation, les étudiants développent des compétences :

- en marketing : mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement, élaborer une stratégie marketing, faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur ;
- en vente : analyser et comprendre les besoins des clients, concevoir des offres complexes et maîtriser la relation commerciale avec différents interlocuteurs et niveaux de communication ;
- en marketing digital : déployer une activité digitale, mettre en œuvre les spécificités du marketing digital, mobiliser les indicateurs de performance, élaborer un cahier des charges e-business, proposer des solutions logistiques adaptées aux spécificités du e-commerce ;
- en e-business et entrepreneuriat : concevoir un modèle d'affaires complet, faire des préconisations grâce aux outils du diagnostic stratégique, élaborer les documents financiers nécessaires en tant que concepteur du business model, contrôler la conformité et la pertinence du modèle, choisir les techniques de créativité individuelle et collective adaptées, développer un projet de façon proactive.

-

Ils développent également des savoirs en droit, économie, comptabilité et sciences de gestion, statistiques, ressources numériques, expression, communication, culture générale, et en langues étrangères.

Ils sont amenés à mobiliser des savoir-être professionnels et transversaux : développer une attitude et un comportement adéquats en milieu professionnel, savoir conduire un projet, organiser et animer des réunions ou des événements, apprendre à gérer son temps et ses priorités, faire preuve de rigueur et d'empathie.

Les débouchés :

A l'issue de la formation, les diplômés auront les compétences nécessaires pour accéder à des postes de chargé.e communication/marketing digital, community manager, chef.fe de projet e-commerce, assistant.e / accompagnement d'entrepreneur, avec la perspective de devenir, à terme, managers de service de marketing digital ou entrepreneur e-business.

Prérequis :

Avoir validé les 2 premières années du BUT TC (S1, S2, S3, S4) **en formation initiale.**

Pas plus de 5 absences injustifiées sur ces quatre semestres.

Statut :

Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation

Contenu de la formation :

A l'issue des 3 années, un étudiant de BUT TC du parcours *Marketing Digital E-Business et Entrepreneuriat* doit posséder des compétences en marketing, vente, communication commerciale, marketing digital, e-business et entrepreneuriat. Elles sont présentées ci-dessous de manière synthétique (source : *Programme National BUT TC 2022 p.32*)

Marketing : Conduire les actions marketing

- En analysant avec des outils pertinents l'environnement et les ressources de l'organisation
- En évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché
- En quantifiant la demande et en identifiant les facteurs d'influence du comportement des clients
- En élaborant un marketing mix adapté à la cible et au positionnement choisi par l'organisation
- En adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique

- En intégrant le e-marketing pour développer les ventes et gérer la relation client
- En comprenant l'importance et la particularité de la relation commerciale Business-to-business
- En appréhendant les spécificités du marketing des services pour définir une offre adaptée

Vente : Vendre une offre commerciale

- En respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique
- En élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation
- En utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation
- En prospectant à l'aide d'outils adaptés
- En adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale

Communication commerciale : communiquer l'offre commerciale

- En élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix
- En utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation
- En produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs
- En respectant la réglementation en vigueur

Marketing Digital : gérer une activité digitale

- En sélectionnant les outils pertinents de recueil, traitement et analyse des données de masse
- En développant une stratégie marketing digitale performante
- En pilotant efficacement une offre digitale
- En optimisant la relation client digitalisée
- En assurant une logistique performante du e-commerce

E-Business et Entrepreneuriat : développer un projet e-business

- En élaborant le document du modèle d'affaires décrivant la création et le partage de la valeur
- En développant une vision stratégique partagée
- En analysant de façon pertinente des documents et indicateurs financiers
- En analysant d'un point de vue quantitatif et qualitatif les environnements spécifiques pour réussir un projet digital
- En mobilisant des techniques adéquates pour passer de la créativité à l'innovation
- En s'intégrant activement dans un projet collectif

Pour développer ces compétences, les enseignements sont structurés en semestres.
Les ressources programmées chaque semestre sont les suivantes :

Semestre 5 (392h) :	Semestre 6 (184h) :
Stratégie d'entreprise Négociateur dans des contextes spécifiques - 1 Financement et régulation de l'économie Droit des activités commerciales - 2 Analyse financière Anglais appliqué au commerce - 5 LV B appliquée au commerce - 5 Expression, communication, culture - 5 PPP – 5 Ressources et culture numériques appliquées au marketing digital, à l'e-business et à l'entrepreneuriat Management de la créativité et de l'innovation Référencement Stratégie social-média et e-CRM Stratégie de contenu et rédaction web Logistique et supply chain	Stratégie d'entreprise - 2 Négociateur dans des contextes spécifiques – 2 Trafic management – analyse d'audience Formalisation et sécurisation d'un business model

Chaque semestre, des situations d'apprentissages et d'évaluation (SAé) permettent l'évaluation en situation des compétences. La SAé est une tâche authentique qui répond à une problématique que l'on retrouve en milieu professionnel. C'est donc un ensemble d'actions qui nécessite de la part de l'étudiant le choix, la mobilisation et combinaison de ressources pertinentes et cohérentes avec les objectifs ciblés.

Dates de début et de fin de la formation :

Du 4 septembre 2023 au 6 septembre 2024, selon le calendrier prévu.

Nombre d'heures effectuées au centre de formation pour valider le BUT TC :

Nombre d'heures	Cours ou SAé	Projet tutoré	Total par semestre	Total année
Semestre 5	292	100	392 h	
Semestre 6	84	100	184 h	576 h (83 jours)

Responsables pédagogiques de la formation :

Armelle Navarranne – Responsable de la relation entreprise pour la 3^{ème} année en alternance

Contact :

Service FARE site Gratte-Ciel : iut.fare@univ-lyon1.fr -

Tel 04.72.65.53.65