UNIVERSITÉ SAVOIE MONT BLANC

Commission de la Formation et de la Vie Universitaire

- Séance du 07 novembre 2024 -

Délibération n°3.1.07/11/2024
relative à la création de sept certificats d'université adossés aux blocs de compétences du BUT technique de commercialisation : Parcours « Business développement et management de la relation client » et « Marketing digital, e-business et entrepreneuriat »(IUT A)

Vu le code de l'éducation et notamment ses articles L 613-1, L712-1 et L712-6-1,
Vu les statuts de l'université Savoie Mont Blanc, adoptés par le conseil d'administration en sa séance du 7 juillet 2015, modifiés, et notamment son article 22,

Article unique : Création de sept certificats d'université adossés aux blocs de compétences du BUT technique de commercialisation : Parcours « Business développement et management de la relation client » et « Marketing digital, e-business et entrepreneuriat » (IUT A)

Document fourni en annexe.

Résultat du vote :

Membres en exercice : 28
Quorum : 14
Membres présents : 13
Membres représentés : 4
Nombre de votants : 17

Nombre de suffrages exprimés : 17
Contre : 0
Abstention : 0
Pour : 17

La Commission de la Formation et de la Vie Universitaire de l'Université Savoie Mont Blanc, après en avoir délibéré, approuve à l'unanimité des membres présents et représentés, la création de sept certificats d'université adossés aux blocs de compétences du BUT technique de commercialisation : Parcours « Business développement et management de la relation client » et « Marketing digital, e-business et entrepreneuriat » (IUT A), telle que présentée en séance et décrite en annexe.

Chambéry, le 12 novembre 2024

Le Président de l'Université Savoie Mont Blanc

Philippe Galez

La présente délibération prend effet à compter de sa publication et de sa transmission au recteur.

Classée au registre des délibérations de la commission de la formation et de la vie universitaire (CFVU), consultable à la direction des études et de la vie étudiante (DEVE)	Publiée le : 20 NOV. 2024 Transmise au recteur le : 20 NOV. 2024

Modalités de recours contre la présente délibération : *La présente délibération pourra faire l'objet, dans un délai de deux mois à compter de sa publication et de sa transmission au recteur, d'un recours administratif auprès du président de l'université Savoie Mont Blanc ou d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble conformément aux dispositions des articles R.421-1 à R.421-5 du code de justice administrative. La requête peut être déposée au greffe de la juridiction ou adressée par voie postale ou par la voie de l'application « Télérecours citoyens » sur le site www.telerecours.fr.*
En cas de recours administratif préalable, le délai du recours contentieux est prolongé de la durée de réponse de l'auteur de la décision. Dans cette hypothèse, vous disposez de deux mois pour déposer un recours contentieux auprès du tribunal administratif de Grenoble conformément aux dispositions des articles R.421-1 à R.421-5 du code de justice administrative, à compter de la notification d'une décision expresse ou de la naissance d'une décision implicite de rejet résultant du silence gardé par l'administration pendant deux mois.

Approuvé par la Commission pédagogique du 24 octobre 2024
et la CFVU du CAC du 7 novembre 2024

UNIVERSITÉ SAVOIE MONT BLANC

NOTE D'OPPORTUNITE

Certificats d'Université

Blocs de compétences du BUT Techniques de commercialisation Parcours :

- **Business développement et management de la relation client**
- **Marketing digital, e-business et entrepreneuriat**

Commission pédagogique du
CFVU du CAC du 07 novembre 2024

INSTITUT UNIVERSITAIRE FORMATION PROFESSIONNELLE
UNIVERSITÉ SAVOIE MONT BLANC

CERTIFICATION DE SERVICES
La formation continue à l'université
BUREAU VERITAS CERTIFICATION 92046 PARIS-LA-DÉFENSE CEDEX DISPONIBLE SUR DEMANDE

INTITULE DE LA FORMATION (*Nom du diplôme)* :

7 Certificats d'Université des BUT TC BDMRC – BUT TC MDEE

RESPONSABILITE PEDAGOGIQUE ENSEIGNANT USMB :

Nom Prénom : Maxime BOURBON

Co-responsable : ☒ oui ☐ non

Nom Prénom : Laetitia RICO / Julie Sonzogni

COMPOSANTE CONCERNEE

☒ IUT D'ANNECY	☐ IAE	☐ SCEM	☐ LLSH
☐ IUT DE CHAMBERY	☐ POLYTECH	☐ FD	☐ IUFP

SCOLARITE GEREE PAR :

☐ COMPOSANTE(S) CONCERNEE(S) ☒ IUFP

CONTEXTE DE LA FORMATION *Confirmer le besoin de développer une offre de formation* **:**

Impact de la Réforme des BUT sur la VAE : baisse des demandes de VAE (70 %) depuis la fin de l'accréditation des LP (LP les + demandées : MGO/Assurance Banque Finance/LAI/MRC/TGI/MCIM/QPP)

Validation d'un niveau 6 : Besoin toujours présent pour les techniciens supérieurs des entreprises et des administrations

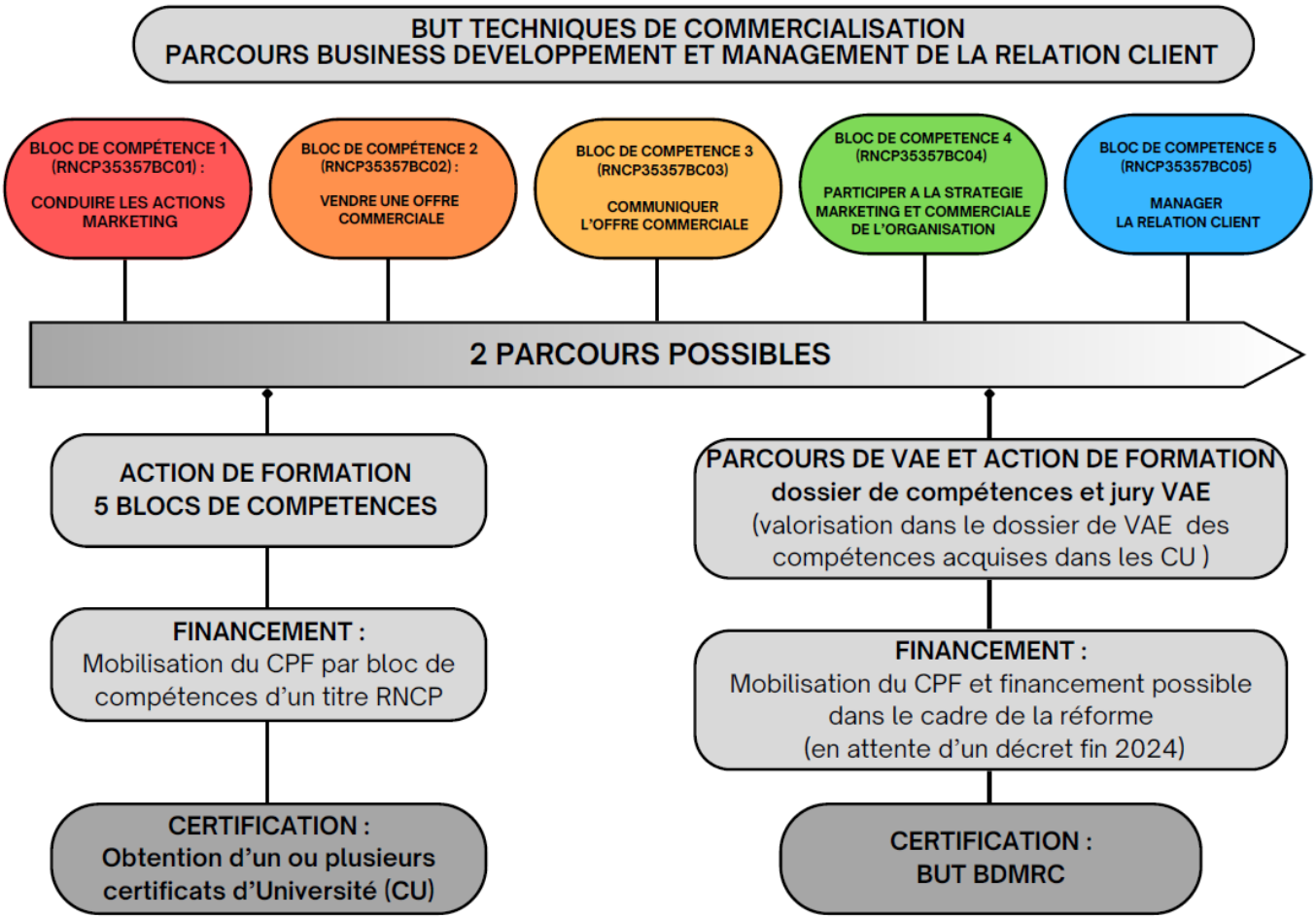
Modifier l'ingénierie de la formation Professionnelle à l'USMB : Transformation des Diplômes d'université en Certificats d'Université qui correspondent aux Blocs de Compétences des diplômes d'Etat (BUT/LP/Master)

Réforme de la VAE : Proposer des parcours individualisés de VAE avec la possibilité d'acquérir des blocs de compétences par des actions de formation

Possibilité de suivre deux types de parcours :

- un parcours de VAE pour acquérir un diplôme d'Etat de niveau 6
- un parcours de formation pour développer ses compétences en obtenant un ou plusieurs CU/Blocs de compétences

Financement de cette nouvelle Ingénierie : Les blocs de compétences d'un diplôme inscrit au RNCP sont éligibles au Compte Personnel de Formation et financement spécifique pour les parcours VAE.



Dans le cadre de la réforme des BUT, les demandes de validation des acquis de l'expérience ont fortement chuté depuis la fin de l'accréditation des licences professionnelles (70 % des demandes de VAE). Le besoin de validation d'un niveau 6 est toujours présent pour les techniciens supérieurs des entreprises et des administrations. Il est donc nécessaire de modifier l'ingénierie des formations professionnelles de l'université pour se rapprocher du besoin des salariés et agents en permettant l'acquisition d'un niveau bac +3 par des actions de formations de type certificats d'université/blocs de compétences d'un diplôme d'Etat et d'un parcours de validation des acquis. Cette nouvelle ingénierie permettra également au stagiaire le financement par le Compte Personnel de Formation.

Aussi, dans le cadre de la loi « Marché du travail » du 21 décembre 2022, les principales mesures sont centrées sur la validation des acquis. La loi vise, selon le Gouvernement, à faire de la validation des acquis de l'expérience un instrument simple, accessible au service de tous les actifs souhaitant évoluer dans leur carrière. L'ambition est de permettre à 100 000 personnes par an de bénéficier de cet outil, d'ici à la fin du quinquennat d'Emmanuel Macron (Loi, art. 10). L'une des premières mesures est la création d'un service public de la VAE. Aussi, cette réforme permettra l'acquisition par la VAE d'un ou plusieurs blocs de compétences d'une certification enregistrée au Répertoire Nationale des Certifications Professionnelles. L'esprit de cette réforme est bien de proposer des parcours individualisés de validation des acquis avec la possibilité d'acquérir des blocs de compétences par des actions de formation.

Nous souhaiterions décliner une offre en Certificats d'Université en nous appuyant sur les blocs de compétences du :

- BUT Techniques de commercialisation Parcours Business développement et management de la relation client (FICHE RNCP 35357)

- RNCP35357Bloc de Compétences 01 – Conduire les actions marketing
- RNCP35357Bloc de Compétences 02 – Vendre une offre commerciale
- RNCP35357Bloc de Compétences 03 – Communiquer une offre commerciale
- RNCP35357Bloc de Compétences 04 – Participer à la stratégie et commerciale de l'organisation
- RNCP35357Bloc de Compétences 05 – Manager la relation client

Les blocs 1-2-3 sont identiques sur les deux parcours de BUT

- BUT Techniques de commercialisation Parcours Marketing digital, e-business et entrepreneuriat (FICHE RNCP 35354)

- RNCP35354 Bloc de Compétences 04 – Gérer une activité Digitale
- RNCP35354 Bloc de Compétences 05 – Développer un projet e-business

Les contenus de formations existants du Diplôme d'Université sont similaires à ceux des blocs du BUT TC BDMRC (bloc 1 & 3). Les autres enseignements seront à créer/adapter pour répondre à la totalité des blocs de compétences des deux BUT TC.

Chaque bloc de compétences fait l'objet de modalités d'évaluation spécifiques et permettra d'obtenir un certificat d'université.

PUBLIC *Typologie des publics, à qui s'adresse cette formation, public cible,* **:**

Le public cible sont les professionnels dans le domaine du marketing et de la vente : Responsable marketing digital responsable d'entreprise, assistant e marketing, animateur marketing et commercial de site internet, animateur de sites internet et de réseaux sociaux, Community manager.
Chargé de clientèle, Chargé de communication E-Boutique, vendeur, assistant chef de rayon, métiers du management de la relation client

PRE-REQUIS *Diplôme requis, possibilité d'accéder à la formation via la VAPP compétences initiales nécessaires à l'entrée en formation :*

Baccalauréat requis ou équivalent – Appétence pour le marketing, la communication, le web.
Compétences de base en informatique

EQUIPE PEDAGOGIQUE *composition, spécificité :*

L'équipe pédagogique est constituée d'enseignants de l'IUT d'Annecy, notamment Monsieur Maxime Bourbon, enseignant permanent, Formateur en Formation Continue (FFC), qui intervient sur les deux BUT TC concernés ainsi que des vacataires du département Techniques de Commercialisation de l'IUT A. Sont, également, associées, Mme Julie Sonzogni, cheffe de département de Techniques de Commercialisation, et Mme Laetitia Rico, Responsables des deux parcours.

OBJECTIFS GENERAUX DE LA FORMATION *Former quel public pour réaliser quelles activités professionnelles :*

BUT TC BDMRC	
CERTIFICATS D'UNIVERSITE-BLOCS DE COMPETENCES	**COMPETENCES**
Conduire les actions marketing	Analyser avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers Evaluer de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché Quantifier la demande et en appréciant le comportement du consommateur Analyser avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise Elaborer un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents Adopter une posture citoyenne, éthique et écologique
Vendre une offre commerciale	Respecter l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique Elaborer 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 Prospecter à l'aide d'outils adaptés Adapter sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale
Communiquer l'offre commerciale	Elaborer une stratégie de communication en cohérence avec le mix Utiliser les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation Produire des supports de communication efficaces et qualitatifs Respecter la réglementation en vigueur
Participer à la stratégie markéting et commerciale de l'organisation	Identifier les opportunités de développement les plus porteuses Manager efficacement les équipes Elaborer une offre adaptée au contexte sectoriel du client
Manager la relation client	Développer une culture partagée de service client Piloter la satisfaction et l'expérience client tout au long du parcours dans une perspective durable Valoriser le portefeuille client par l'exploitation des données client dans le respect de la réglementation
Usages numériques	Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.
Exploitation de données à des fins d'analyse	Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation. -Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation. -Développer une argumentation avec esprit critique.
Expression et communication écrites et orales	Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. -Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère
Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle	Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives -Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale -Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet -Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique
Positionnement vis à vis d'un champ professionnel	Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder -Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte -Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs

BUT TC MDEE	
CERTIFICATS D'UNIVERSITE - BLOCS DE COMPETENCES	**COMPETENCES**
Conduire les actions marketing	Analyser avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers Evaluer de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché Quantifier la demande et en appréciant le comportement du consommateur Analyser avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise Elaborer un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents Adopter une posture citoyenne, éthique et écologique
Vendre une offre commerciale	Respecter l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique Elaborer 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 Prospecter à l'aide d'outils adaptés Adapter sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale
Communiquer l'offre commerciale	Elaborer une stratégie de communication en cohérence avec le mix Utiliser les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation Produire des supports de communication efficaces et qualitatifs Respecter la réglementation en vigueur
Gérer une activité digitale	Sélectionner les outils pertinents de recueil, traitement et analyse des données de masse Développer une stratégie marketing digitale performante Piloter efficacement une offre digitale Optimiser la relation client digitalisée Assurer une logistique performante du e-commerce
Développer un projet e-business	Elaborer le document du modèle d'affaires décrivant la création et le partage de la valeur Développer une vision stratégique partagée Analyser de façon pertinente des documents et indicateurs financiers Analyser d'un point de vue quantitatif et qualitatif les environnements spécifiques pour réussir un projet digital Mobiliser des techniques adéquates pour passer de la créativité à l'innovation S'intégrer activement dans un projet collectif
Usages numériques	Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.
Exploitation de données à des fins d'analyse	Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation. -Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation. -Développer une argumentation avec esprit critique.
Expression et communication écrites et orales	Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. -Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère
Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle	Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives -Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale -Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet -Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique
Positionnement vis à vis d'un champ professionnel	Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder -Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte -Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs

ORGANISATION *Nombres d'heures/Nombres de jours/rythme :*

CERTIFICATS D'UNIVERSITE		NOMBRE D'HEURES EN ACTION DE FORMATION
BUT TC BDMRC	**Bloc de Compétences 01** CONDUIRE LES ACTIONS MARKETING	63
	Bloc de Compétences 02 VENDRE UNE OFFRE COMMERCIALE	63
	Bloc de Compétences 03 COMMUNIQUER L'OFFRE COMMERCIALE	42
	Bloc de Compétences 04 PARTICIPER A LA STRATEGIE MARKETING ET COMMERCIALE DE L'ORGANISATION	28
	Bloc de Compétences 05 MANAGER LA RELATION CLIENT	28
	Total des 5 certificats	224 HEURES

BLOCS DE COMPETENCE COMMUNS SUR LES 2 PARCOURS DE BUT

CERTIFICATS D'UNIVERSITE		NOMBRE D'HEURES EN ACTION DE FORMATION
BUT TC MDEE	**Bloc de Compétences 01** CONDUIRE LES ACTIONS MARKETING	63
	Bloc de Compétences 02 VENDRE UNE OFFRE COMMERCIALE	63
	Bloc de Compétences 03 COMMUNIQUER L'OFFRE COMMERCIALE	42
	Bloc de Compétences 04 GERER UNE ACTIVITE DIGITALE	42
	Bloc de Compétences 05 DEVELOPPER UN PROJET E-BUSINESS	28
	Total des 5 certificats	238 HEURES

Pour l'acquisition du diplôme, la procédure de VAE (réalisation du dossier de compétences VAE et présentation devant le jury) devra garantir, également, l'étude des blocs de compétences suivants :

- BC 6 Usages numériques
- BC 7 Exploitation des données à des fins d'analyse
- BC 8 Expression et communication écrites et orales
- BC 9 Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle
- BC 10 Positionnement vis-à-vis d'un champ professionnel

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET D'EVALUATION PAR BLOC DE COMPETENCES *à adapter et dupliquer si besoin* **:**

COMPETENCES VISEES	**BUT TC BDMRC BLOC 1 DE COMPETENCES : CONDUIRE LES ACTIONS MARKETING (63 heures – 9 jours de formation)**
DESCRIPTIF	**1- Construire une offre commerciale simple *(21 heures- 3 jours)*** Analyser l'environnement d'une entreprise en repérant et appréciant les sources d'informations (fiabilité et pertinence) Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement simple Choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation du marché Concevoir une offre cohérente et éthique en termes de produits, de prix, de distribution et de communication **2- Pour construire une offre commerciale complexe ou innovante *(21 heures- 3 jours)*** Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement complexe Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe Concevoir un mix étendu pour une offre complexe **3- Construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activités *(21 heures- 3 jours)*** Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement Elaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne) Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre

MODALITES ET CRITERES D'EVALUATION	**N°**	**MODALITES D'EVALUATION[1]**	**COEFFICIENT**	**CRITERES[2]**
	1-2-3	**☒ évaluation écrite**		
	1-2-3	**☒ un oral**		
		☐ soutenance collective		
		☐ autres		

1 Moyens mobilisés pour mesurer à l'aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation
2 Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d'une grille d'analyse

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET D'EVALUATION PAR MODULES *à adapter et dupliquer si besoin*

COMPETENCES VISEES	**BUT TC BDMRC BLOC 2 DE COMPETENCES : VENDRE UNE OFFRE COMMERCIALE (63 heures – 9 jours de formation)**
DESCRIPTIF	**1- Préparer l'entretien de vente *(21 heures – 3 jours)*** Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client Concevoir des OAV efficaces Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels **2- Mener un entretien de vente *(21 heures – 3 jours)*** Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l'entreprise **3- Mener une vente complexe *(21 heures – 3 jours)*** Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel Elaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international, etc

MODALITES ET CRITERES D'EVALUATION

N°	MODALITES D'EVALUATION[3]	COEFFICIENT	CRITERES[4]
	☐ évaluation écrite		
1-2-3	☒ oral		
	☐ soutenance collective		
	☐ autres		

3 Moyens mobilisés pour mesurer à l'aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation
4 Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d'une grille d'analyse

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET D'EVALUATION PAR MODULES *à adapter et dupliquer si besoin* **:**

<table>
<tr><td>COMPETENCES VISEES</td><td colspan="4">BUT TC BDMRC BLOC 3 DE COMPETENCES : COMMUNIQUER L'OFFRE COMMERCIALE (42 heures – 6 jours de formation)</td></tr>
<tr><td>DESCRIPTIF</td><td colspan="4">1- Structurer un plan de communication (21 heures – 3 jours)
Identifier les cibles et objectifs de communication en tenant compte de la cohérence du mix
Analyser de manière pertinente les moyens de communication commerciale (médias, hors médias, médias sociaux) Elaborer des supports simples (Imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring, ...)
Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité)

2- Elaborer un plan de communication (21 heures – 3 jours)

Elaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence
Etablir une stratégie de moyens en utilisant les indicateurs de choix des supports
Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité
Mettre en œuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-reputation.</td></tr>
<tr><td rowspan="5">MODALITES ET CRITERES D'EVALUATION</td><td>N°</td><td>MODALITES D'EVALUATION[5]</td><td>COEFFICIENT</td><td>CRITERES[6]</td></tr>
<tr><td></td><td>☐ évaluation écrite</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>1-2</td><td>☒ oral</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>☐ soutenance collective</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>☐ autres</td><td></td><td></td></tr>
</table>

5 Moyens mobilisés pour mesurer à l'aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation
6 Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d'une grille d'analyse

<table>
<tr><td>COMPETENCES VISEES</td><td colspan="4">BUT TC BDMRC BLOC 4 DE COMPETENCES : PARTICIPER A LA STRATEGIE MARKETING ET COMMERCIALE DE L’ORGANISATION (28 heures – 4 jours de formation)</td></tr>
<tr><td>DESCRIPTIF</td><td colspan="4">1- Agir en tant que membre de l’équipe commerciale (14 heures – 2 jours)

Réaliser un diagnostic avant la mise en place d'actions commerciales
Mesurer l'importance du choix des cibles commerciales
Travailler en équipe tout en respectant le rôle de chacun
Adapter l'offre à une demande client

2- Agir en tant que responsable de l’équipe commerciale (14 heures – 2 jours)

Mettre en œuvre la stratégie marketing et commerciale au sein de l'équipe
Fédérer les équipes autour de la réussite des objectifs marketing et commerciaux
Co-construire une offre en collaboration avec les parties prenantes concernées (externes et internes)</td></tr>
<tr><td rowspan="5">MODALITES ET CRITERES D’EVALUATION</td><td>N°</td><td>MODALITES D’EVALUATION[7]</td><td>COEFFICIENT</td><td>CRITERES[8]</td></tr>
<tr><td></td><td>☐ évaluation écrite</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>1-2</td><td>☒ oral</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>☐ soutenance collective</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>☐ autres</td><td></td><td></td></tr>
</table>

7 Moyens mobilisés pour mesurer à l’aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation
8 Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d’une grille d’analyse

COMPETENCES VISEES	**BUT TC BDMRC BLOC 5 DE COMPETENCES : MANAGER LA RELATION CLIENT (28 heures – 4 jours de formation)**
DESCRIPTIF	**1- Agir en tant que membre de l'équipe relation client *(14 heures – 2 jours)*** Intégrer la satisfaction client dans la réussite de la relation commerciale et la réputation de l'entreprise Piloter sa relation client au moyen d'indicateurs Traiter les réclamations client pour optimiser l'activité Exploiter de façon pertinente les outils de la relation client **2- Agir en tant que responsable de l'équipe relation client *(14 heures – 2 jours)*** Asseoir la réussite de la relation client sur la cohérence globale de l'organisation (outils , processus, communication, structure organisationnelle...) Optimiser l'expérience client par la mise en place d'un processus d'amélioration continue Contribuer à la diffusion de la culture client au sein de l'organisation Faire évoluer les outils de la relation client

MODALITES ET CRITERES D'EVALUATION	**N°**	**MODALITES D'EVALUATION[9]**	**COEFFICIENT**	**CRITERES[10]**
		☐ **évaluation écrite**		
	1-2	☒ **oral**		
		☐ **soutenance collective**		
		☐ **autres**		

9 Moyens mobilisés pour mesurer à l'aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation
10 Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d'une grille d'analyse

COMPETENCES VISEES	**BUT TC MDEE BLOC 4 DE COMPETENCES : GERER UNE ACTIVITE DIGITALE (42 heures – 6 jours de formation)**
DESCRIPTIF	**1- Participer activement au projet digital *(21 heures – 3 jours)*** Mobiliser des indicateurs de performance en fonction du volume et de la variété des données Identifier les spécificités du marketing digital Utiliser un cahier des charges e-business Intégrer les spécificités du e-commerce Respecter le processus logistique **2- Développer le projet digital en tant qu'initiateur *(21 heures – 3 jours)*** Exploiter les données de masse en mobilisant les bons outils de traitement de l'information Mettre en œuvre des spécificités du marketing digital Elaborer un cahier des charges e-business S'appuyer sur les indicateurs de performances pour améliorer la relation client Proposer des solutions adaptées aux spécificités de la chaine logistique du e-commerce

	N°	MODALITES D'EVALUATION[11]	COEFFICIENT	CRITERES[12]
MODALITES ET CRITERES D'EVALUATION		☐ évaluation écrite		
	1-2	☒ oral		
		☐ soutenance collective		
		☐ autres		

11 Moyens mobilisés pour mesurer à l'aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation
12 Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d'une grille d'analyse

COMPETENCES VISEES	**BUT TC MDEE BLOC 5 DE COMPETENCES : DEVELOPPER UN PROJET E-BUSINESS**
DESCRIPTIF	**1- Construire un projet e-business en tant que partie prenante active *(14 heures – 2 jours)*** Concevoir un modèle d'affaires simplifié Analyser de façon pertinente la situation marché-entreprise grâce aux outils de diagnostic stratégique Analyser la situation financière d'une entreprise à partir des éléments de la comptabilité générale Identifier les éléments pertinents nécessaires à la réalisation du projet Utiliser les techniques de créativité individuelle et collective Contribuer à l'enrichissement d'un projet collectif **2- Pour construire un projet e-business en tant que responsable de projet ou d'entreprise *(14 heures – 2 jours)*** Concevoir un modèle d'affaires complet incluant les sources de valeur, les parties prenantes et les externalités Faire des préconisations grâce aux outils du diagnostic stratégique Elaborer 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

MODALITES ET CRITERES D'EVALUATION	**N°**	**MODALITES D'EVALUATION[13]**	**COEFFICIENT**	**CRITERES[14]**
		☐ **évaluation écrite**		
	1-2	☒ **oral**		
		☐ **soutenance collective**		
		☐ **autres**		

13 Moyens mobilisés pour mesurer à l'aide de critères objectifs les acquis du stagiaire en cours et ou à la fin de formation
14 Exemples QCM : répondre à + de la moitié des questions Oral : réalisation d'une grille d'analyse

MODALITES D'OBTENTION DU CERTIFICAT :

L'attribution du certificat est conditionnée par :

☒ le suivi complet du bloc de compétences

☒ l'obtention de la note finale moyenne de 10/20 à l'évaluation

☐ la validation d'un stage

Précisions si nécessaire :
La formation prévoit une session de rattrapage.

ATOUTS DE LA FORMATION *Méthodes Mobilisées : Modalités pédagogiques et/ou moyens et/ou outils utilisés pour mener à bien la formation à adapter et compléter selon les DU :*

- Inscription libre au bloc de compétences, au module ou au cycle complet
- Financement par le Compte Personnel de Formation
- Rythme de la formation spécialement aménagé afin de permettre la poursuite de l'activité professionnelle
- Complémentarité des profils au sein de la promotion et richesse des échanges
- Des enseignements universitaires associés à l'expertise terrain d'intervenants en activité dans le domaine
- Possibilité de faire un stage optionnel (à l'initiative du stagiaire) de 4 à 16 semaines devant se dérouler obligatoirement en dehors des activités pédagogiques (cours, examens).
- Modalités d'enseignement à distance envisagées sur certains modules.

MODALITES ET DELAI D'ADMISSION *CV + Lettre de Motivation à adresser au responsable pédagogique (entretien, test, évaluation sur dossier) préciser le délai d'admission :*

Plateforme de candidature E-candidat : Envoi CV et lettre motivation au responsable pédagogique. Avis validé par le responsable pédagogique.

SUITES DE PARCOURS ET DEBOUCHES :

Dans le cadre de la réforme « France VAE », le candidat pourra valoriser l'obtention des certificats d'université et envisager un parcours de validation des acquis de l'expérience sur les diplômes suivants :

- BUT TC Parcours Business développement et management de la relation client (FICHE RNCP 35357)
- BUT Techniques de commercialisation Parcours Marketing digital, e-business et entrepreneuriat (FICHE RNCP 35354)

L'obtention d'un BUT ne pourra s'opérer que dans le cadre d'un parcours de validation des acquis lors d'un jury règlementaire composé par les enseignants de la formation visée.

LIEUX DE FORMATION

☒ Campus d'Annecy ☐ Campus Jacob-Bellecombette

☐ Campus du Bourget-du-lac ☒ A distance

SEUIL d'OUVERTURE *(le seuil peut varier selon la proportion de stagiaires financés ou non) :*

Nombre de participants minimum : 6

Précisions si nécessaire :

TARIFS :

☒ Tarif Horaire individuel : 16 €

☒ Tarif Horaire financé : 24 €

☐ Tarif Forfaitaire : €

CODES NOMENCLATURE DES SPECIALITES DE FORMATION

- **Choix : Discipline et Domaine :**

  02 SCIENCES ECONOMIQUES - GESTION (HORS AES) - 39 SCIENCES DE GESTION

  Domaine, choix entre :

  ☒ Droit, économie, gestion (DEG)

  ☐ Sciences humaines et sociales (SHS)

  ☐ Sciences, technologies, santé (STS)

  ☐ Domaine transverse (DTRV)

- **Champ disciplinaire, choix entre :**

  ☐ Humanités, responsabilités, Territoire (HRT)

  ☐ Sciences et technologies (ST)

  ☒ Autres formations (AUTR)

REPARTITION MISSIONS POUR OUVERTURE BLOC DE COMPETENCES		IUT A	SFC	COMMENTAIRES
APOGEE	Modélisation de la maquette à partir de la note d'opportunité		X	
	Rattachement SFC comme composante pour le paiement des heures sur Helico/OSE		X	
	Saisie des notes et réalisation des PV de jury		X	
	Inscription du candidat		X	
	Demande Edition de diplômes et cérémonie		X	
AMETYS	Transmission des informations de la formation à la cellule AMETYS		X	
CONSEIL/DISPOSITIF DE FINANCEMENT	Financement de la formation : CPF/Pole emploi/Transition pro		X	
CONTRACTUALISATION	Réalisation du devis à destination de l'employeur ou du candidat		X	
	Convention avec l'employeur		X	
	Réalisation du contrat avec le candidat		X	
FACTURATION	Encaissement / facturation des candidats		X	
	Emission feuille d'émargement		X	
	Recueil et transmission		X	
LOGISTIQUE	Réservation des salles		X	
	Convocation stagiaires		X	
GESTION DES INTERVENANTS	Gestion des dossiers vacataires		X	
	Paiement des vacataires et des enseignants		X	
COMMUNICATION	Edition plaquette		X	
	Actualisation site internet		X	
PROMOTION	Actions de promotion		X	
ORGANISATION PEDAGOGIQUE DE LA FORMATION	Calendrier pédagogique	X	X	
	Accompagnement pédagogique des stagiaires	X	X	
	Validation du contenu pédagogique et des modalités d'évaluation	X		
	Jury	X	X	Cheffe de département IUT et responsable pédagogique et FFC
PARCOURS DE VALIDATION DES ACQUIS DE L'EXPERIENCE	Avis pédagogique	x		Cheffe de département IUT et responsable pédagogique
	Accompagnement méthodologique dossier de l'expérience		x	
	Organisation des jurys	x	x	Cheffe de département IUT et responsable pédagogique
GESTION CONVENTION DE PARTENARIAT	Rédaction de la convention/suivi et transmission au service juridique		X	
	Facturation (recettes/dépenses) du partenaire		X	