

# Université Paris Saclay - IUT SCEAUX

## B.U.T. TC

MC2C .....	2
<b>1- Organisation générale des enseignements du Bachelor Universitaire de Technologie.....</b>	<b>2</b>
<b>2- Validation et capitalisation des UE du B.U.T.....</b>	<b>3</b>
2-1 COMPENSATION.....	3
2-2 Règles de progression .....	3
<b>3- L'assiduité et les modalités de contrôle des connaissances et des compétences.....</b>	<b>4</b>
3-1 Assiduité et ponctualité .....	4
3-2 STAGES AU COURS DE L'ANNEE UNIVERSITAIRE .....	5
3-3 ENGAGEMENT DE NON PLAGIAT .....	5
<b>4- Composition du jury .....</b>	<b>6</b>
<b>5- Les modalités du contrôle des connaissances et des compétences.....</b>	<b>6</b>
5-1 LE DEROULEMENT DES EPREUVES DE CONTROLES COMMUNS.....	7
5-2 RESSOURCES, SAE, NOTES ET COEFFICIENTS .....	7
5-3 BILAN SEMESTRIEL ET LA COMMISSION DE JURY DE DEPARTEMENT .....	8
<b>6- Vie au sein de l'IUT de SCEAUX.....</b>	<b>8</b>
<b>MAQUETTE PEDAGOGIQUE – DEPARTEMENT TC.....</b>	<b>9</b>
<b>I] Formation initiale (FI) : .....</b>	<b>9</b>
1) BUT1 : Maquette pédagogique du semestre 1 et du semestre 2 .....	9
2) BUT2 : Maquette pédagogique du semestre 3 et du semestre 4 .....	10
3) BUT3 : Maquette pédagogique du semestre 5 et du semestre 6 .....	13
<b>II] Formation par apprentissage (FA) : .....</b>	<b>16</b>
1) BUT1 : Maquette pédagogique du semestre 1 et du semestre 2 .....	16
2) BUT2 : Maquette pédagogique du semestre 3 et du semestre 4 .....	17
3) BUT3 : Maquette pédagogique du semestre 5 et du semestre 6 .....	19

## MC2C

### 1- Organisation générale des enseignements du Bachelor Universitaire de Technologie

Les études conduisant à l'obtention du Bachelor Universitaire de Technologie sont organisées à temps plein sur une durée fixée à **six semestres**. La durée de formation encadrée correspond à environ **90 semaines**. Aux enseignements conduisant à la délivrance du Bachelor Universitaire de Technologie s'ajoutent, dans le cadre d'une formation dirigée, 600 heures de projet faisant l'objet d'un tutorat en IUT et de 22 à 26 semaines consacrées à l'accomplissement de stages en entreprise. Les stages prévus dans le programme national sont obligatoires et conditionnent l'obtention du diplôme. Dans le cadre de la formation par alternance, les semaines de stage sont remplacées par des périodes régulières d'activité en entreprise, telles que définies par le calendrier d'alternance de la formation concernée.

La durée des enseignements, dispensés sous forme de cours, de travaux dirigés et de travaux pratiques est d'environ **1 800 heures**.<sup>1</sup>

Les activités pédagogiques (cours magistraux, travaux dirigés, travaux pratiques, stages en entreprises, SAE, projets tuteurés, etc.) organisées dans le cadre de la formation se font en présentiel ou, exceptionnellement, à distance.

Les projets faisant l'objet d'un tutorat sont destinés à faciliter l'autonomie de l'étudiant ou apprenti dans la mise en œuvre et le maniement des concepts enseignés dans le cadre de la formation encadrée. Ils sont individuels ou collectifs.

Les enseignements dispensés font l'objet par semestre d'un regroupement **en trois unités d'enseignement pour le BUT1, cinq pour le BUT2 et quatre pour le BUT3**. Chaque unité d'enseignement est composée de deux éléments constitutifs :

- Un **pôle "Ressources"**, qui permet l'acquisition des connaissances et méthodes fondamentales,
- Un **pôle "Situation d'apprentissage et d'évaluation" (SAÉ)** qui englobe les mises en situation professionnelle au cours desquelles l'étudiant développe la compétence et à partir desquelles il fera la démonstration de l'acquisition de cette compétence dans la démarche portfolio.

L'obtention du Bachelor Universitaire de Technologie donne lieu à l'attribution de **180 crédits européens**. La validation de chaque unité d'enseignement emporte l'acquisition des crédits européens correspondants.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Annexe 1 de l'arrêté du 6 décembre 2019 portant réforme de la licence professionnelle. Ce nombre d'heures total est minoré de 20 % dans le cadre de la FA.

<sup>2</sup> Article 2 de l'Arrêté du 6 décembre 2019 portant réforme de la licence professionnelle.

## 2- Validation et capitalisation des UE du B.U.T.

Pour obtenir le Bachelor Universitaire de Technologie, spécialité Techniques de Commercialisation (B.U.T. TC), l'étudiant ou apprenti doit valider soit l'ensemble des unités d'enseignement constitutives, soit par application des modalités de compensation, soit par décision du jury.

Le B.U.T. TC fait partie des formations dites LMD (Licence, Master, Doctorat). A ce titre, il permet à l'étudiant de capitaliser des crédits d'enseignement européens (European Credits Transfer System - ECTS). A l'issue de la troisième année du B.U.T., l'étudiant capitalisera 180 ECTS, soit l'équivalent de trois années universitaires européennes. C'est par ces crédits que l'étudiant pourra poursuivre une partie de son cursus à l'étranger tout en validant des diplômes européens et intégrer une poursuite d'études.

Une unité d'enseignement est **définitivement** acquise et capitalisable dès lors que la moyenne obtenue à l'ensemble « pôle ressources » et « SAÉ » est égale ou supérieure à 10. L'acquisition de l'unité d'enseignement emporte l'acquisition des crédits européens correspondants.

À l'intérieur de chaque unité d'enseignement, le poids relatif des éléments constitutifs, soit des pôles « ressources » et « SAÉ », varie dans un rapport de 40 à 60%.

La validation des deux UE du niveau d'une compétence emporte la validation de l'ensemble des UE du niveau inférieur de cette même compétence.

L'assiduité étant une condition d'obtention d'une unité d'enseignement, la validation d'une unité d'enseignement peut être suspendue en cas d'absentéisme important, selon les modalités définies au paragraphe 3-1. Le relevé de notes affichera alors « DEF » pour défaillant.

Les étudiants et apprentis qui sortent de l'IUT sans avoir obtenu le diplôme reçoivent une attestation d'études comportant la liste des unités d'enseignement capitalisables qu'ils ont acquises, ainsi que les crédits européens correspondants, délivrée par la directrice de l'IUT.

### 2-1 COMPENSATION

La compensation s'effectue au sein de chaque unité d'enseignement ainsi qu'au sein de chaque regroupement cohérent d'UE.

Seules les UE se référant à un même niveau d'une même compétence finale peuvent ensemble constituer un regroupement cohérent. Des UE se référant à des niveaux de compétence finale différents ou à des compétences finales différentes ne peuvent pas appartenir à un même regroupement cohérent. Aucune UE ne peut appartenir à plus d'un regroupement cohérent.

Au sein de chaque regroupement cohérent d'UE, la compensation est intégrale. Si une UE n'a pas été acquise en raison d'une moyenne inférieure à 10, cette UE sera acquise par compensation si et seulement si l'étudiant a obtenu la moyenne au regroupement cohérent auquel l'UE appartient.

### 2-2 Règles de progression

La poursuite d'études dans un semestre pair d'une même année est de droit pour tout étudiant ou apprenti.

La poursuite d'études dans un semestre impair est possible si et seulement si l'étudiant ou apprenti a obtenu :

- La moyenne à plus de la moitié des regroupements cohérents d'UE ;

- Et une moyenne égale ou supérieure à 8 sur 20 à chaque regroupement cohérent d'UE. La poursuite d'études dans le semestre 5 nécessite de plus la validation de toutes les UE des semestres 1 et 2 dans les conditions de validation du point 2 ou par décision de jury.

Le redoublement n'est pas de droit. Durant la totalité du cursus conduisant au Bachelor Universitaire de Technologie, le jury peut autoriser l'étudiant à redoubler une seule fois chaque semestre dans la limite de 4 redoublements. La Directrice de l'IUT peut autoriser un redoublement supplémentaire en cas de force majeure dûment justifiée et appréciée par ses soins. Tout refus d'autorisation de redoubler est pris après avoir entendu l'étudiant à sa demande. Il doit être motivé et assorti de conseils d'orientation.

### **3- L'assiduité et les modalités de contrôle des connaissances et des compétences**

#### **3-1 Assiduité et ponctualité**

L'assiduité et la ponctualité à toutes les activités pédagogiques organisées (cours magistraux, travaux dirigés, travaux pratiques, stages en entreprises, SAE, projets tuteurés, ...) dans le cadre de la formation sont obligatoires pendant la durée des études (*Annexe 1 de l'arrêté du 27-5-2021 - JO du 10-6-2021*).

Toute absence est considérée *a priori* comme étant non justifiée.

En formation initiale, la justification d'une absence nécessite la production d'un document original remis par l'étudiant auprès du secrétariat pédagogique du Département au plus tard dans les 48h qui suivent son retour à l'IUT et d'une copie du document auprès de l'enseignant selon les règles en vigueur dans le département. Il appartient à la direction du département de juger du caractère justifié ou non d'une absence.

Pour les formations en apprentissage, la justification d'une absence est réalisée dans les 48h à compter du début de l'absence. Les absences justifiées sont régies par le code du travail et la liste des justificatifs à fournir est distribuée à la rentrée à chaque apprenti.

Les pathologies chroniques et les handicaps ne sont pris en compte que dans la mesure où ils ont fait l'objet d'une déclaration au Service Santé des Etudiants (SSE), représenté par le service médical de l'IUT. Le SSE émettra un certificat avec des préconisations. Au vu de l'avis rendu, la Directrice de l'IUT décidera d'autoriser l'étudiant à bénéficier des aménagements. Cette autorisation prend la forme d'un PAEH (Plan d'Accompagnement de l'Etudiant en situation de Handicap), valable pour toute la durée du cursus. En cas de situation de handicap temporaire, le PAEH peut être limité dans le temps.

Les rendez-vous en entreprise, même dans le cadre d'un projet tuteuré ou d'un entretien en vue de l'obtention d'un stage ou d'un emploi, ne sont pas considérés comme des justifications valables.

La ponctualité aux cours magistraux, TD, TP, contrôles communs et rendez-vous avec les enseignants est impérative. Si l'étudiant se présente en retard à un cours magistral à un TD ou à un TP, l'enseignant est libre de l'accepter ou non et de le considérer comme absent sans justificatif.

Les modalités d'application de cette obligation d'assiduité sont définies comme suit :

- Au-delà de 10% d'absence sur le volume horaire semestriel de la formation, toutes absences confondues, les justificatifs de l'utilisateur, étudiant ou apprenti, seront étudiés. Il pourra être, sur décision du jury après proposition de la commission de département, déclaré défaillant à toute unité d'enseignement dans laquelle l'obligation d'assiduité n'a pas été remplie.

- Un étudiant ou apprenti absent à l'ensemble des évaluations d'une ressource ou SAE, même après application des dispositions concernant les épreuves de rattrapage, pourra être déclaré défaillant à toute unité d'enseignement comprenant cette ressource ou SAE.

Tout étudiant ou apprenti considéré comme défaillant, à une unité d'enseignement, dans le cadre de cette procédure de non-respect de l'obligation d'assiduité ne peut valider cette unité d'enseignement et les regroupements cohérents d'unités d'enseignement contenant cette unité d'enseignement. Il en sera informé par un courrier signé par la Directrice de l'IUT.

Le caractère automatique de la validation et de la capitalisation des unités d'enseignement (y compris par compensation) et de la délivrance du diplôme ne s'applique plus si l'obligation d'assiduité n'est pas satisfaite.

### **3-2 STAGES AU COURS DE L'ANNEE UNIVERSITAIRE (FI)**

Les stages en entreprise figurant au programme de l'enseignement sont obligatoires. Un stage non réalisé ou réalisé partiellement pour une durée inférieure à la durée minimale du stage, entraîne la défaillance à l'ensemble des unités d'enseignement du semestre où la note de stage est nécessaire au calcul de la moyenne de l'UE.

L'étudiant est couvert pendant la durée des stages par l'article L 412-8 2° du Code de la Sécurité Sociale, relatif à la couverture des accidents du travail et des maladies professionnelles des élèves et des étudiants.

### **3-3 PLAGIAT ET ENGAGEMENT DE NON PLAGIAT**

Chaque étudiant ou apprenti doit signer, puis insérer en début de chaque rapport, dossier ou mémoire, l'engagement de non plagiat suivant : « *Je soussigné(e)....., déclare être pleinement conscient(e) que le plagiat de documents ou d'une partie d'un document publiés sur toute forme de support, y compris l'internet, constitue une violation des droits d'auteur ainsi qu'une fraude caractérisée. En conséquence, je m'engage à citer toutes les sources que j'ai utilisées pour écrire ce rapport ou mémoire. Signature* ».

L'équipe pédagogique dispose d'un logiciel d'aide à la détection du plagiat.

Le plagiat est l'action « d'emprunter à d'autres auteurs des passages de leur œuvre, en les donnant pour siens ». En pratique, toute recopie de tout ou partie d'un document sans définir les emprunts par des guillemets ; toute appropriation d'une œuvre textuelle, musicale, photographique ou autre sans mention de sa source, est un plagiat.

L'utilisation de ChatGPT ou tout autre outil ayant recours à l'IA (Intelligence Artificielle) devra être mentionnée de façon explicite (quand elle n'est pas interdite), comme n'importe quel emprunt ou citation d'une source externe. Le non-respect de la mention de l'IA comme source se verra sanctionné.

Le plagiat, qui est une forme de contrefaçon, constitue un délit. A ce titre, il engage la responsabilité pénale de son auteur qui est passible des sanctions définies dans le Code de la propriété intellectuelle.

Dans le cadre d'une évaluation, le plagiat est considéré comme une fraude et est susceptible d'être sanctionné en tant que telle suivant la procédure disciplinaire. Toute fraude sera soumise aux dispositions des articles R811-10 à R811-42 du code de l'éducation, relatifs à la procédure disciplinaire dans les établissements d'enseignement supérieur placés sous la tutelle du ministre chargé de l'enseignement supérieur.

#### **4- Composition du jury**

Le diplôme portant la mention du Bachelor Universitaire de Technologie et de la spécialité correspondante est délivré par le président de l'Université sur proposition du jury présidé par la Directrice de l'IUT et comprenant les chefs de département, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs, des enseignants, des chargés d'enseignement et, pour au moins un quart et au plus la moitié, des personnalités extérieures exerçant des fonctions en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article L. 613-1 du code de l'éducation.

Le jury présidé par la Directrice de l'IUT délibère souverainement à partir de l'ensemble des résultats obtenus par l'étudiant. Il se réunit chaque semestre pour se prononcer sur la progression des étudiants, la validation des unités d'enseignement, l'attribution du Diplôme Universitaire de Technologie au terme de l'acquisition des 120 premiers crédits européens du cursus et l'attribution de la licence professionnelle « Bachelor Universitaire de Technologie ».

Les formations par alternance sont annualisées. Pour ces formations, le jury se tient une seule fois par an, à la session de septembre, pour statuer sur chacun des deux semestres qui composent l'année de formation.

Ces jurys peuvent formuler des recommandations ou des conseils aux étudiants ou apprentis afin de faciliter la suite de leur formation.

#### **5- Les modalités du contrôle des connaissances et des compétences**

L'évaluation des connaissances et des aptitudes est effectuée par un contrôle continu et régulier des connaissances avec des épreuves en présentiel ou à distance.

Il est rappelé qu'un étudiant ou apprenti ne s'étant soumis à aucune des évaluations d'une ressource ou SAE, même après application des dispositions concernant les épreuves de rattrapage, est déclaré défaillant à toute unité d'enseignement comprenant cette ressource ou SAE.

Toute absence à une évaluation, quelle qu'en soit la nature, doit être justifiée, conformément à l'article 3.1, auprès du secrétariat de formation si l'évaluation s'est déroulée au cours des épreuves communes organisées par le département, ou auprès de l'enseignant organisateur de l'évaluation dans les autres cas.

De plus, dans le cas où l'évaluation pour laquelle l'étudiant ou apprenti a été absent fait l'objet d'une épreuve de rattrapage, l'étudiant ou apprenti devra, pour en bénéficier, faire une demande d'autorisation de rattrapage, transmise auprès du secrétariat de formation si l'évaluation s'est déroulée au cours des épreuves communes organisées par le département, ou auprès de l'enseignant organisateur de l'évaluation dans les autres cas, dans les 48 heures suivant le début de la période d'absence. Il appartient à la direction du département, pour les épreuves communes, ou à l'enseignant organisateur dans les autres cas, de juger si l'autorisation de rattrapage est accordée ou non. Dans le cas d'un rattrapage d'épreuve commune, un étudiant ou apprenti autorisé à bénéficier d'une épreuve de rattrapage devra présenter aux surveillants de ces épreuves le document spécifique, délivré par la direction du département, l'autorisant à effectuer cette épreuve de rattrapage.

L'étudiant ou apprenti qui n'a pas justifié son absence ou qui n'a pas sollicité une demande de rattrapage de sa propre initiative, dans la forme et les délais prescrits plus haut, en perd le bénéfice et la note zéro est attribuée à l'épreuve manquée. Il en est de même pour un étudiant absent à une épreuve de rattrapage, quelle que soit la cause de son absence.

Les étudiants ou apprentis surpris en flagrant délit de fraude sont autorisés à poursuivre leur épreuve, mais remettent leur pièce d'identité au(x) surveillant(s) de salle qui établissent un procès-verbal de la

fraude remis au chef du département. La fraude aux contrôles entraîne un renvoi devant la section disciplinaire de l'Université de Paris-Saclay.

En cas de port de tenues couvrant les oreilles d'un candidat, les surveillants s'assurent de l'absence de dispositif de communication électronique de nature à permettre une fraude. Le refus du candidat de se soumettre à cette vérification est considéré comme une tentative de fraude. Tout vêtement ou tissu cachant l'identité d'un candidat ou d'une candidate est strictement interdit pour tout examen ou concours (Loi n°2010-1192 du 11 octobre 2010 interdisant la dissimulation du visage dans l'espace public).

### **5-1 LE DEROULEMENT DES EPREUVES DE CONTROLES COMMUNS (FI)**

Lors des sessions de contrôles communs des connaissances, les candidats ne peuvent composer que sur le matériel d'examen mis à leur disposition (copies, brouillon, sujet, etc.).

Les étudiants sont tenus de se munir d'une carte d'étudiant ou d'une pièce d'identité à chaque épreuve de contrôles. Les matériels autorisés sont précisés sur les sujets. Tout matériel non expressément autorisé est interdit. Tout appareil de communication et les téléphones portables doivent être éteints et déposés avec les objets personnels au lieu indiqué par les surveillants. La simple possession d'un téléphone portable sur soi ou auprès de soi lors d'une épreuve vaut présomption de fraude et devra faire l'objet d'un procès-verbal. Tout étudiant doit composer seul, à moins que l'enseignant responsable n'ait organisé des contrôles par groupes, et ne pas troubler le bon déroulement de l'épreuve.

Au cours de l'épreuve, les sorties temporaires ne peuvent être autorisées qu'à la discrétion de l'enseignant responsable de la matière et à titre très exceptionnel. En dehors de ces cas exceptionnels, toute sortie est définitive ; l'étudiant devra rendre obligatoirement sa copie et attester le dépôt de la copie en signant la feuille d'émargement.

L'accès aux salles des évaluations est autorisé à tout candidat qui se présente dans la limite d'une demi-heure à compter de l'ouverture des enveloppes contenant les sujets. Aucun délai supplémentaire de composition ne sera accordé au candidat retardataire. Il sera fait mention du retard sur la liste d'émargement. Au-delà d'une demi-heure de retard, l'étudiant n'est pas autorisé à entrer en salle. Et il sera considéré comme absent non justifié sans possibilité de rattrapage.

Toute sortie définitive est interdite durant la première demi-heure de l'évaluation.

Les copies des contrôles communs de fin de semestre organisés par le département sont conservées par la direction du département. Les enseignants communiquent aux étudiants leurs résultats et leur permettent de consulter leurs copies.

Tout étudiant a droit à la communication de chacune de ses notes ainsi qu'à la consultation de ses copies corrigées.

### **5-2 RESSOURCES, SAE, NOTES ET COEFFICIENTS**

Les travaux des étudiants ou apprentis sont notés sur 20. Ils donnent lieu au calcul d'une moyenne figurant sur les relevés de notes semestriels remis aux étudiants/apprentis.

Les travaux et contrôles sont affectés de coefficients déterminés par les enseignants responsables des modules.

Chaque ressource ou SAE est elle-même affectée d'un coefficient dans le respect du programme national TC.

### **5-3 BILAN SEMESTRIEL ET COMMISSION DE JURY DE DEPARTEMENT**

La commission de jury du département, composée des enseignants du département, se réunit à la fin de chaque semestre et fait le bilan du semestre écoulé. Elle atteste de la validation de droit du semestre si l'ensemble des conditions de validation étudiées plus haut sont respectées. Dans le cas contraire, elle délibère et statue sur la situation des étudiants concernés.

Un procès-verbal des décisions prises par la commission de jury du Département est rendu accessible aux étudiants dans les plus brefs délais. Les décisions prises par la commission de jury du département ne deviennent définitives qu'une fois entérinées par le jury de l'IUT.

Après proclamation des résultats, le jury communique les moyennes aux étudiants ou apprentis, sauf celles des étudiants ou apprentis défaillants pour absentéisme.

Pour les formations en alternance, qui sont annualisées, la commission de jury du Département se réunit une fois par an, en amont du jury unique de septembre. Le fonctionnement de ladite commission de jury demeure identique, tel qu'énoncé *supra*.

Tout étudiant ou apprenti peut contester (faire appel contre) les décisions de la commission de jury de département qui le concernent, auprès du jury de l'IUT. Pour que sa demande soit prise en considération par le jury de l'IUT, l'étudiant ou apprenti doit constituer un dossier, argumenté et documenté apportant des éléments nouveaux dont la première commission n'avait pas eu connaissance et demander par lettre à la directrice de l'IUT (avec copie au chef ou à la cheffe de département) le réexamen de sa situation. Cette demande doit être déposée au moins 48h avant la date de délibération du jury de l'IUT.

Les décisions du jury de l'IUT sont rendues en dernier ressort : elles ne sont pas susceptibles de recours.

### **6- Vie au sein de l'IUT de SCEAUX**

Les étudiants et apprentis inscrits dans la formation TC sont tenus de respecter les dispositions du règlement intérieur de l'IUT ainsi que les différents règlements et autres chartes permettant un fonctionnement satisfaisant de l'IUT (informatique, bibliothèque universitaire, enseignement à distance...).

# Maquette pédagogique – Département TC

## I] Formation initiale (FI) :

### 1) BUT1 : Maquette pédagogique du semestre 1 et du semestre 2

SEMESTRE 1				Répartition des coefficients par compétence			Total	
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	dont TP	Heures PT	Marketing UE 1.1	Vente UE 1.2		Com UE 1.3
R1.01	Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur	40	0		2,5			2,50
R1.02	Fondamentaux de la vente	28	20			3		3,00
R1.03	Fondamentaux de la communication commerciale	20	0				2	2,00
R1.04	Etudes marketing 1	20	0		0,5		0,5	1,00
R1.05	Environnement économique de l'entreprise	20	0		1			1,00
R1.06	Environnement juridique de l'entreprise	20	0		0,5		1	1,50
R1.07	Techniques quantitatives et représentations 1	20	10		0,5	1,5		2,00
R1.08	Elements financiers de l'entreprise	14	0		0,5	0,5		1,00
R1.09	Rôle et organisation de l'entreprise sur son marché	14	0		1			1,00
R1.10	Initiation à la conduite de projet	8	4			0,5	0,5	1,00
R1.11	Langue A: anglais du commerce 1	24	12		0,5		1	1,50
R1.12	LVB du commerce 1	24	12		0,5		1	1,50
R1.13	Ressources et culture numériques 1	24	15		0,5	1	0,5	2,00
R1.14	Expression, Communication et culture 1	24	10		0,5	1	0,5	2,00
R1.15	Projet Personnel Professionnel 1	15	6		0,5	0,5	0,5	1,50
<b>TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S1</b>		<b>315</b>	<b>89</b>	<b>0</b>				<b>24,5</b>
SAE1.01	Marketing : positionnement d'une offre simple sur un marché	20	10	20	6			6
SAE1.02	Vente : Démarche de prospection	15	10	15		6		6
SAE1.03	Communication commerciale : Création d'un support "print"	20	10	15			5	5
Portfolio	Portfolio -S1	5	5	0				0
<b>TOTAL SAE TRONC COMMUN S1</b>		<b>60</b>	<b>35</b>	<b>50</b>				<b>17</b>
<b>TOTAL TRONC COMMUN</b>		<b>375</b>	<b>124</b>	<b>50</b>				<b>41,5</b>

  

SEMESTRE 2				Répartition des coefficients par compétence			Total	
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	dont TP	Heures PT	Marketing UE 2.1	Vente UE 2.2		Com UE 2.3
R2.01	Marketing Mix 1	20	0		2			2
R2.02	Prospection et négociation	25	12			3		3
R2.03	Moyens de la communication commerciale	20	0				2,5	2,5
R2.04	Etudes marketing 2	20	5		1,5			1,5
R2.05	Relations contractuelles commerciales	20	0		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.06	Techniques quantitatives et représentations	25	6		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.07	Coûts, marges et prix d'une offre simple	20	8		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.08	Canaux de commercialisation et de distribution	15	0		1			1
R2.09	Psychologie sociale	20	4			0,5	0,5	1
R2.10	Gestion et conduite de projet	10	4		0,5	0,5		1
R2.11	Langue A- Anglais du commerce 2	25	10		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.12	Langue B du commerce 2	25	10		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.13	Ressources et Culture Numériques 2	20	10		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.14	Expression, Communication et culture 2	25	10		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.15	Projet Personnel Professionnel 2	10	6		0,5	0,5	0,5	1,5
<b>TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S2</b>		<b>300</b>	<b>85</b>	<b>0</b>				<b>24</b>
SAE2.01	Marketing : marketing mix	28	15	20	3			3
SAE2.02	Vente : initiation au jeu de rôle de négociation	20	10	20		3		3
SAE2.03	Communication commerciale : élaboration d'un plan de communication commerciale	17	10	20			2	2
SAE2.04	Conception d'un projet en déployant les techniques de commercialisation	5	5	30	1	1	1	3
Stage	Stage S2	0	0	0	1	1	1	3
Portfolio	Portfolio S2	5	5	10	1	1	1	3
<b>TOTAL SAE TRONC COMMUN S2</b>		<b>75</b>	<b>45</b>	<b>100</b>				<b>17</b>
<b>TOTAL TRONC COMMUN</b>		<b>375</b>	<b>130</b>	<b>100</b>				<b>41</b>

- Semestre 1  
 UE 1.1 Marketing : conduire les actions marketing - 11 crédits ECTS  
 UE 1.2 Vente : vendre une offre commerciale - 11 crédits ECTS  
 UE 1.3 Communication commerciale : communiquer l'offre commerciale - 8 crédits ECTS
- Semestre 2  
 UE 2.1 Marketing : conduire les actions marketing - 11 crédits ECTS  
 UE 2.2 Vente : vendre une offre commerciale - 11 crédits ECTS  
 UE 2.3 Communication commerciale : communiquer l'offre commerciale - 8 crédits ECTS

- BCC1 (UE1.1 UE2.1) Pour construire une offre commerciale simple  
 BCC2 (UE1.2 UE2.2) Pour préparer l'entretien de vente  
 BCC3 (UE1.3 UE2.3) Pour structurer un plan de communication

## 2) BUT2 : Maquette pédagogique du semestre 3 et du semestre 4

SEMESTRE 3				Répartition des coefficients par compétence						
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	dont TP	Heures PT	Coefficients ressources					Total
					UE3.1	UE3.2	UE3.3	UE3.4	UE3.5	
R3.01	Marketing Mix-2	20			2					2
R3.02	Entretien de vente	20	10			3				3
R3.03	Principes de la communication digitale	20					3			3
R3.04	Etudes marketing-3	15	6		1,5					1,5
R3.05	Environnement économique international	15			1,5					1,5
R3.06	Droit des activités commerciales-1	15			0,5	0,5	0,5			1,5
R3.07	Techniques quantitatives et représentations-3	15	5		0,5	0,5	0,5			1,5
R3.08	Tableau de bord commercial	15	4		0,5	0,5	0,5			1,5
R3.09	Psychologie sociale du travail	12			1					1
R3.10	Anglais appliqué au commerce-3	17	8		0,5	1	1			2,5
R3.11	LVB appliquée au commerce-3	16	8		0,5	1	1			2,5
R3.12	Ressources et culture numériques-3	20	6		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	2,5
R3.13	Expression Communication Culture-3	15	6		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	2,5
R3.14	Projet Personnel Professionnel-3	10			0,5	0,5	0,5			1,5
<b>TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S3</b>		<b>225</b>	<b>53</b>							<b>28</b>
SAE3.01	Pilotage d'un projet en déployant les techniques de commercialisation	20	5	15						0
Portfolio	Portfolio-S3	10	5	10						0
<b>TOTAL SAE TRONC COMMUN S3</b>		<b>30</b>	<b>10</b>	<b>25</b>						
<b>TOTAL TRONC COMMUN</b>		<b>255</b>	<b>63</b>	<b>25</b>						
<b>PARCOURS MDEE</b>										
R3.MDEE.15	Stratégie de marketing digital	15	4					4		4
R3.MDEE.16	Créativité et innovation	15	4					4		4
SAE3.MDEE.02	Démarche de création d'entreprise en contexte digital	40	15	40	7	6	6	0,5	0,5	20
SAE3.MDEE.03	Analyse d'une activité digitale	30	10	20				5	5	10
<b>TOTAL PARCOURS MDEE</b>										<b>38</b>
<b>PARCOURS BI</b>										
R3.BI.15	Stratégie et veille à l'internationale	15	8					4		4
R3.BI.16	Marketing et vente à l'internationale	15	0					4		4
SAE3.BI.02	Démarche de création d'entreprise à l'international	40	15	40	7	6	6	0,5	0,5	20
SAE3.BI.03	Etude et sélection des marchés à l'étranger pour déployer l'offre	30	10	20				5	5	10
<b>TOTAL PARCOURS BI</b>										<b>38</b>
<b>PARCOURS MMPV</b>										
R3.MMPV.15	Management de la performance du point de vente	15	4					4		4
R3.MMPV.16	Marketing du point de vente	15	4					4		4
SAE3.MMPV.02	Démarche d'ouverture d'un point de vente	40	15	40	7	6	6	0,5	0,5	20
SAE3.MMPV.03	Analyse d'un point de vente ou d'un rayon dans un environnement concurrentiel	30	10	20				5	5	10
<b>TOTAL PARCOURS MMPV</b>										<b>38</b>
<b>PARCOURS BDMRC</b>										
R3.BDMRC.15	Marketing B2B	15	8					4		4
R3.BDMRC.16	Fondamentaux de la relation client	15	0					4		4
SAE3.BDMRC.02	Démarche de création ou de reprise d'entreprise	40	15	40	7	6	6	0,5	0,5	20
SAE3.BDMRC.03	Développement d'une expertise commerciale basée sur le diagnostic de la stratégie client d'un secteur	30	10	20				5	5	10
<b>TOTAL PARCOURS BDMRC</b>										<b>38</b>
<b>PARCOURS SME</b>										
R3.SME.15	Marketing de l'événementiel-1	15	4					4		4
R3.SME.16	Fondamentaux de la communication de marque	15	4					4		4
SAE3.SME.02	Démarche de création d'entreprise dans l'événementiel ou la communication	40	15	40	7	6	6	0,5	0,5	20
SAE3.SME.03	Création d'un événement comme outil de branding	30	10	20				5	5	10
<b>TOTAL PARCOURS SME</b>										<b>38</b>
<b>TOTAL RESSOURCES PARCOURS S3</b>		<b>30</b>	<b>8</b>							
<b>TOTAL SAE PARCOURS S3</b>		<b>70</b>	<b>25</b>	<b>60</b>						
<b>TOTAL PARCOURS S3</b>		<b>100</b>	<b>33</b>	<b>60</b>						
<b>TOTAL S3</b>		<b>355</b>	<b>96</b>	<b>85</b>						<b>66</b>
<b>SEMESTRE 4</b>										
SEMESTRE 4				Répartition des coefficients par compétence						
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	dont TP	Heures PT	Coefficients ressources					Total
					UE4.1	UE4.2	UE4.3	UE4.4	UE4.5	
R4.01	Stratégie Marketing	15	0		3					3
R4.02	Négociation : rôle du vendeur et de l'acheteur	15	8			3				3
R4.03	Conception d'une campagne de communication	15	0				3			3
R4.04	Droit du travail	10	0		0,5	0,5	0,5			1,5
R4.05	Anglais appliqué au commerce-4	15	8		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	2,5
R4.06	LVB appliquée au commerce-4	15	8		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	2,5
R4.07	Expression Communication Culture-4	15	6		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	2,5
R4.08	Projet Personnel Professionnel-4	5	0					0,5	0,5	1
<b>TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S4</b>		<b>105</b>	<b>30</b>							<b>19</b>
SAE4.01	Evaluation de la performance du projet en déployant les techniques de commercialisation	15	5	40	1	1	1			3
SAE4.02	Pilotage commercial d'une organisation	15	10	30	1	1	1	1	1	3
Portfolio	Portfolio-S4	15	10	15	1	1	1	1	1	5
<b>TOTAL SAE TRONC COMMUN S4</b>		<b>45</b>	<b>25</b>	<b>85</b>		<b>45</b>				<b>11</b>
<b>TOTAL TRONC COMMUN</b>		<b>150</b>	<b>55</b>	<b>85</b>		<b>144</b>				
<b>PARCOURS MDEE</b>										
R4.MDEE.09	Conduite de projet digital	15	0					1,5		1,5
R4.MDEE.10	Stratégie e-commerce	15	6					1,5		1,5
R4.MDEE.11	Business model-1	15	4					3		3
SAE4.MDEE.03	Création de site web	20	10	30				3	3	6
Stage.MDEE	Stage.MDEE	10	0	0	2	2	2	2	2	10
<b>TOTAL PARCOURS MDEE</b>										<b>22</b>
<b>PARCOURS BI</b>										
R4.BI.09	Stratégie achats	15	0					1,5		1,5
R4.BI.10	Techniques du commerce international-1	15	6					3		3
R4.BI.11	Management interculturel	15	4					1,5		1,5
SAE4.BI.03	Développement de l'offre à l'international	20	10	30				3	3	6
Stage.BI	Stage.BI	10	0	0	2	2	2	2	2	10
<b>TOTAL PARCOURS BI</b>										<b>22</b>
<b>PARCOURS MMPV</b>										
R4.MMPV.09	Merchandising	15	0					1,5		1,5
R4.MMPV.10	Management des équipes-1	15	6					3		3
R4.MMPV.11	GRC	15	4					1,5		1,5
SAE4.MMPV.03	Propositions d'amélioration du fonctionnement du point de vente et du management de l'équipe	20	10	30				3	3	6
Stage.MMPV	Stage.MMPV	10	0	0	2	2	2	2	2	10
<b>TOTAL PARCOURS MMPV</b>										<b>22</b>
<b>PARCOURS BDMRC</b>										
R4.BDMRC.09	Fondamentaux du management de l'équipe commerciale	20	4					3		3
R4.BDMRC.10	Relation client omnicanal	25	6					3	3	3
SAE4.BDMRC.03	Elaboration d'un plan d'actions commercial et relationnel	20	10	30				3	3	6
Stage.BDMRC	Stage.BDMRC	10	0	0	2	2	2	2	2	10
<b>TOTAL PARCOURS BDMRC</b>										<b>22</b>
<b>PARCOURS SME</b>										
R4.SME.09	Relations publiques et relations presse	15	0					3		3
R4.SME.10	Organisation et logistique-1	20	6					2		2
R4.SME.11	Gestion commerciale-1	10	4					1		1
SAE4.SME.03	Organisation d'un événement comme outil de branding	20	10	30				3	3	6
Stage.SME	Stage.SME	10	0	0	2	2	2	2	2	10
<b>TOTAL PARCOURS SME</b>										<b>22</b>
<b>TOTAL RESSOURCES PARCOURS S4</b>		<b>45</b>	<b>10</b>							
<b>TOTAL SAE PARCOURS S4</b>		<b>30</b>	<b>10</b>	<b>30</b>						
<b>TOTAL PARCOURS S4</b>		<b>75</b>	<b>20</b>	<b>30</b>						
<b>TOTAL S4</b>		<b>225</b>	<b>75</b>	<b>115</b>						<b>52</b>

**Parcours : Marketing digital, e-business et entrepreneuriat (MDEE)**

		ECTS
UE3.1	Marketing : Conduire les actions marketing	7
UE3.2	Vente : Vendre une offre commerciale	7
UE3.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	8
UE3.4	Marketing digital : Gérer une activité digitale	4
UE3.5	E-business et entrepreneuriat : Développer un projet e-business	4
ECTS		
UE4.1	Marketing : Conduire les actions marketing	6
UE4.2	Vente : Vendre une offre commerciale	6
UE4.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	6
UE4.4	Marketing digital : Gérer une activité digitale	6
UE4.5	E-business et entrepreneuriat : Développer un projet e-business	6
BCC1 (UE3.1 UE4.1)	Pour construire une offre commerciale complexe ou innovante	
BCC2 (UE3.2 UE4.2)	Pour mener un entretien de vente simple	
BCC3 (UE3.3 UE4.3)	Pour élaborer un plan de communication	
BCC4 (UE3.4 UE4.4)	Pour participer activement au projet digital	
BCC5 (UE3.5 UE4.5)	Pour construire un projet e-business en tant que partie prenante active	

**Parcours : Business international : achat et vente (BI)**

		ECTS
UE3.1	Marketing : Conduire les actions marketing	7
UE3.2	Vente : Vendre une offre commerciale	7
UE3.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	8
UE3.4	Stratégie à l'international : Formuler une stratégie de commerce à l'international	4
UE3.5	Opérations à l'international : Piloter les opérations à l'international	4
ECTS		
UE4.1	Marketing : Conduire les actions marketing	6
UE4.2	Vente : Vendre une offre commerciale	6
UE4.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	6
UE4.4	Stratégie à l'international : Formuler une stratégie de commerce à l'international	6
UE4.5	Opérations à l'international : Piloter les opérations à l'international	6
BCC1 (UE3.1 UE4.1)	Pour construire une offre commerciale complexe ou innovante	
BCC2 (UE3.2 UE4.2)	Pour mener un entretien de vente simple	
BCC3 (UE3.3 UE4.3)	Pour élaborer un plan de communication	
BCC4 (UE3.4 UE4.4)	Pour agir en tant qu'assistant développement import/export	
BCC5 (UE3.5 UE4.5)	Pour commercialiser à l'international une offre simple	

**Parcours : Marketing et management du point de vente (MMPV)**

		ECTS
UE3.1	Marketing : Conduire les actions marketing	7
UE3.2	Vente : Vendre une offre commerciale	7
UE3.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	8
UE3.4	Management : Manager une équipe commerciale sur un espace de vente	4
UE3.5	Retail marketing : Piloter un espace de vente	4
ECTS		
UE4.1	Marketing : Conduire les actions marketing	6
UE4.2	Vente : Vendre une offre commerciale	6
UE4.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	6
UE4.4	Management : Manager une équipe commerciale sur un espace de vente	6
UE4.5	Retail marketing : Piloter un espace de vente	6
BCC1 (UE3.1 UE4.1)	Pour construire une offre commerciale complexe ou innovante	
BCC2 (UE3.2 UE4.2)	Pour mener un entretien de vente simple	
BCC3 (UE3.3 UE4.3)	Pour élaborer un plan de communication	
BCC4 (UE3.4 UE4.4)	Pour gérer l'équipe au niveau opérationnel	
BCC5 (UE3.5 UE4.5)	Pour contribuer à la dynamique de l'espace de vente en tant que membre de l'équipe	

**Parcours : Business développement et management de la relation client (BDMRC)**

		ECTS
UE3.1	Marketing : Conduire les actions marketing	7
UE3.2	Vente : Vendre une offre commerciale	7
UE3.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	8
UE3.4	Business développement : Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	4
UE3.5	Relation client : Manager la relation client	4
UE4.1	Marketing : Conduire les actions marketing	6
UE4.2	Vente : Vendre une offre commerciale	6
UE4.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	6
UE4.4	Business développement : Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	6
UE4.5	Relation client : Manager la relation client	6
BCC1 (UE3.1 UE4.1)	Pour construire une offre commerciale complexe ou innovante	
BCC2 (UE3.2 UE4.2)	Pour mener un entretien de vente simple	
BCC3 (UE3.3 UE4.3)	Pour élaborer un plan de communication	
BCC4 (UE3.4 UE4.4)	Pour agir en tant que membre de l'équipe commerciale	
BCC5 (UE3.5 UE4.5)	Pour agir en tant que membre de l'équipe relation client	

**Parcours : Stratégie de marque et événementiel (SME)**

		ECTS
UE3.1	Marketing : Conduire les actions marketing	7
UE3.2	Vente : Vendre une offre commerciale	7
UE3.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	8
UE3.4	Branding : Elaborer l'identité d'une marque	4
UE3.5	Événementiel : Manager un projet événementiel	4
UE4.1	Marketing : Conduire les actions marketing	6
UE4.2	Vente : Vendre une offre commerciale	6
UE4.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	6
UE4.4	Branding : Elaborer l'identité d'une marque	6
UE4.5	Événementiel : Manager un projet événementiel	6
BCC1 (UE3.1 UE4.1)	Pour construire une offre commerciale complexe ou innovante	
BCC2 (UE3.2 UE4.2)	Pour mener un entretien de vente simple	
BCC3 (UE3.3 UE4.3)	Pour élaborer un plan de communication	
BCC4 (UE3.4 UE4.4)	Pour déployer l'image de marque	
BCC5 (UE3.5 UE4.5)	Pour élaborer un événement simple	

### 3) BUT3 : Maquette pédagogique du semestre 5 et du semestre 6

SEMESTRE 5				Répartition des coefficients par compétence						
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	dont TP	Heures PT	Coefficients ressources					
					UE5.1	UE5.2	UE5.4	UE5.5	Total	
R5.01	Stratégie d'entreprise-1	20			3					3
R5.02	Négocier dans des contextes spécifiques-1	20	12			3				3
R5.03	Financement et régulation de l'économie	15			2					2
R5.04	Droit des activités commerciales-2	15			1	1				2
R5.05	Analyse financière	15	4		1	1				2
R5.06	Anglais appliqué au commerce-5	15	8		0,5	0,5	0,5	0,5		2
R5.07	LVB appliquée au commerce 5	15	8		0,5	0,5	0,5	0,5		2
R5.08	Expression Communication Culture 5	20	8		1	1				2
R5.09	PPP-5	10			0,5	0,5	0,5	0,5		2
Portfolio	Portfolio	20		20						0
<b>TOTAL TRONC COMMUN S5</b>		<b>165</b>	<b>40</b>	<b>20</b>						<b>20</b>
<b>PARCOURS MDEE</b>										
R5.MDEE.10	RCN appliquées au marketing digital à l'e-business et à l'entrepreneuriat	15	6				0,5	0,5		1
R5.MDEE.11	Management de la créativité et de l'innovation	15	6					1,5		1,5
R5.MDEE.12	Référencement	20	8				1,5			1,5
R5.MDEE.13	Stratégie social media et e-CRM	20	6				1,5			1,5
R5.MDEE.14	Business model-2	16						2		2
R5.MDEE.15	Stratégie de contenu et rédaction web	19	6				1			1
R5.MDEE.16	Logistique et supply chain	15					0,5	1		1,5
SAES.MDEE.01	Développement d'un projet digital + SPOC Transition écologique	80	15	105	8	8	7	7		30
<b>TOTAL PARCOURS MDEE</b>										<b>40</b>
<b>PARCOURS BI</b>										
R5.BI.10	RCN appliquées au business international, achat et vente	15	6				0,5	0,5		1
R5.BI.11	Approvisionnement	20	4				1			1
R5.BI.12	Techniques de commerce international-2	25	8				2			2
R5.BI.13	Droit International	20						2		2
R5.BI.14	Logistique et supply chain	20	8					2		2
R5.BI.15	Marketing achat	20	6					0,5	1,5	2
SAES.BI.01	Conduite d'une mission import ou export pour une entreprise + SPOC Transition écologique	80	15	105	8	8	7	7		30
<b>TOTAL PARCOURS BI</b>										<b>40</b>
<b>PARCOURS MMPV</b>										
R5.MMPV.10	RCN appliquées au marketing et management du point de vente	15	6				0,5	0,5		1
R5.MMPV.11	Parcours expérience client	35	10					3		3
R5.MMPV.12	Management d'équipe-2	15	8				3			3
R5.MMPV.13	Supply chain	15							1	1
R5.MMPV.14	Droit de la distribution	20							1	1
R5.MMPV.15	Trade marketing	20	8						1	1
SAES.MMPV.01	Approche omnicanal du point de vente + SPOC Transition écologique	80	15	105	8	8	7	7		30
<b>TOTAL PARCOURS MMPV</b>										<b>40</b>
<b>PARCOURS BDMRC</b>										
R5.BDMRC.10	RCN appliquées à la stratégie de développement et au management de la relation client	15	6				0,5	0,5		1
R5.BDMRC.11	Développement des pratiques managériales	25	6				2	0		2
R5.BDMRC.12	Management de la valeur client	25	6				0	2		2
R5.BDMRC.13	Marketing des services	30	6				0	3		3
R5.BDMRC.14	Pilotage de l'équipe commerciale	25	8				2	0		2
SAES.BDMRC.01	Mise en oeuvre et pilotage de la stratégie client d'une entreprise + SPOC Transition écologique	80	15	105	8	8	7	7		30
<b>TOTAL PARCOURS BDMRC</b>										<b>40</b>
<b>PARCOURS SME</b>										
R5.SME.10	RCN appliquées à la stratégie de marque et à l'événementiel	15	6				0,5	0,5		1
R5.SME.11	Stratégie de développement de marque-1	18					2			2
R5.SME.12	Marketing digital de la marque	18	6				2,5			2,5
R5.SME.13	Gestion commerciale-2	12						0,5		0,5
R5.SME.14	Organisation et logistique-2	15	4						1	1
R5.SME.15	Conception graphique	24	16						1,5	1,5
R5.SME.16	Marketing de l'événementiel-2	18							1,5	1,5
SAES.SME.01	Projet de communication événementiel + SPOC Transition écologique	80	15	105	8	8	7	7		30
<b>TOTAL RESSOURCES PARCOURS S5</b>		<b>120</b>	<b>32</b>							<b>40</b>
<b>TOTAL SAE PARCOURS S5</b>		<b>80</b>	<b>15</b>	<b>105</b>						
<b>TOTAL PARCOURS S5</b>		<b>200</b>	<b>47</b>	<b>105</b>						
<b>TOTAL S5</b>		<b>365</b>	<b>87</b>	<b>125</b>						<b>60</b>
SEMESTRE 6				Répartition des coefficients par compétence						
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	dont TP	Heures PT	Coefficients ressources					
					UE6.1	UE6.2	UE6.4	UE6.5	Total	
R6.01	Stratégie d'entreprise 2	15								2
R6.02	Négocier dans des contextes spécifiques 2	15	10							2
Portfolio	Portfolio	20	5	65	2	2	2	2		8
<b>TOTAL TRONC COMMUN S6</b>		<b>50</b>	<b>15</b>	<b>65</b>	<b>50</b>					<b>12</b>
<b>PARCOURS MDEE</b>										
R6.MDEE.03	Trafic management - Analyse d'audience	20	7				4			4
R6.MDEE.04	Formalisation et sécurisation d'un business model	15						4		4
Stage MDEE	Stage MDEE ou activité entreprise	20		60	1	1	4	4		10
<b>TOTAL PARCOURS MDEE</b>										<b>18</b>
<b>PARCOURS BI</b>										
R6.BI.03	Anglais appliqué au business international	17,5	3				4			4
R6.BI.04	LVB appliquée au commerce international	17,5	4					4		4
Stage BI	Stage BI ou activité entreprise	20		60	1	1	4	4		10
<b>TOTAL PARCOURS BI</b>										<b>18</b>
<b>PARCOURS MMPV</b>										
R6.MMPV.03	Droit du travail et relations sociales dans l'entreprise	15					4			4
R6.MMPV.04	Prise de décision - pilotage	20	7					4		4
Stage MMPV	Stage MMPV ou activité entreprise	20		60	1	1	4	4		10
<b>TOTAL PARCOURS MMPV</b>										<b>18</b>
<b>PARCOURS BDMRC</b>										
R6.BDMRC.03	Management des comptes-clés (KAM)	20	7				4			4
R6.BDMRC.04	Nouveaux comportements des clients	15						4		4
Stage BDMRC	Stage BDMRC ou activité entreprise	20		60	1	1	4	4		10
<b>TOTAL PARCOURS BDMRC</b>										<b>18</b>
<b>PARCOURS SME</b>										
R6.SME.03	Stratégie de développement de marque	15					4			4
R6.SME.04	Événementiel sectoriel	20	7					4		4
Stage SME	Stage SME ou activité entreprise	20		60	1	1	4	4		10
<b>TOTAL PARCOURS SME</b>										<b>18</b>
<b>TOTAL RESSOURCES PARCOURS S6</b>		<b>35</b>	<b>7</b>							
<b>TOTAL SAE PARCOURS S6</b>		<b>20</b>		<b>60</b>						
<b>TOTAL PARCOURS S6</b>		<b>55</b>	<b>7</b>	<b>60</b>						
<b>TOTAL S6</b>		<b>105</b>	<b>22</b>	<b>125</b>						<b>30</b>

**Parcours MDEE**

## BLOC

BCC1 (UE5.1 UE6.1)	Pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activités
BCC2 (UE5.2 UE6.2)	Pour mener une vente complexe
BCC4 (UE5.4 UE6.4)	Pour développer le projet digital en tant qu'initiateur
BCC5 (UE5.5 UE6.5)	Pour construire un projet e-business en tant que responsable de projet ou d'entreprise

		ECTS
UE 5.1	Marketing : Conduire les actions marketing	8
UE 5.2	Vente : Vendre une offre commerciale	8
UE 5.4	Marketing digital : Gérer une activité digitale	7
UE 5.5	E-business et entrepreneuriat : Développer un projet e-business	7

		ECTS
UE 6.2	Vente : Vendre une offre commerciale	5
UE 6.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	5
UE 6.4	Marketing digital : Gérer une activité digitale	10
UE 6.5	E-business et entrepreneuriat : Développer un projet e-business	10

**Parcours BI**

## BLOC

BCC1 (UE5.1 UE6.1)	Pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activités
BCC2 (UE5.2 UE6.2)	Pour mener une vente complexe
BCC4 (UE5.4 UE6.4)	Pour agir en tant que chargé du développement import/export
BCC5 (UE5.5 UE6.5)	Pour commercialiser à l'international une offre complexe

		ECTS
UE 5.1	Marketing : Conduire les actions marketing	8
UE 5.2	Vente : Vendre une offre commerciale	8
UE 5.3	Stratégie à l'international : Formuler une stratégie de commerce à l'international	7
UE 5.5	Opérations à l'international : Piloter les opérations à l'international	7

		ECTS
UE 6.1	Marketing : Conduire les actions marketing	5
UE 6.2	Vente : Vendre une offre commerciale	5
UE 6.4	Stratégie à l'international : Formuler une stratégie de commerce à l'international	10
UE 6.5	Opérations à l'international : Piloter les opérations à l'international	10

**Parcours MMPV**

## BLOC

BCC1 (UE5.1 UE6.1)	Pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activités
BCC2 (UE5.2 UE6.2)	Pour mener une vente complexe
BCC4 (UE5.4 UE6.4)	Pour mobiliser l'équipe au niveau stratégique
BCC5 (UE5.5 UE6.5)	Pour manager la dynamique de l'espace de vente

		ECTS
UE 5.1	Marketing : Conduire les actions marketing	8
UE 5.2	Vente : Vendre une offre commerciale	8
UE 5.4	Management : Manager une équipe commerciale sur un espace de vente	7
UE 5.5	Retail marketing : Piloter un espace de vente	7

		ECTS
UE 6.1	Marketing : Conduire les actions marketing	5
UE 6.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	5
UE 6.4	Management : Manager une équipe commerciale sur un espace de vente	10
UE 6.5	Retail marketing : Piloter un espace de vente	10

**Parcours BDMRC**

## BLOC

BCC1 (UE5.1 UE6.1)	Pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activités
BCC2 (UE5.2 UE6.2)	Pour mener une vente complexe
BCC4 (UE5.4 UE6.4)	Pour agir en tant que responsable de l'équipe commerciale
BCC5 (UE5.5 UE6.5)	Pour agir en tant que responsable de l'équipe relation client

		ECTS
UE 5.1	Marketing : Conduire les actions marketing	8
UE 5.2	Vente : Vendre une offre commerciale	8
UE 5.4	Business développement : Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	7
UE 5.5	Relation client : Manager la relation client	7

		ECTS
UE 6.1	Marketing : Conduire les actions marketing	5
UE 6.2	Vente : Vendre une offre commerciale	5
UE 6.4	Business développement : Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	10
UE 6.5	Relation client : Manager la relation client	10

**Parcours SME**

## BLOC

BCC1 (UE5.1 UE6.1)	Pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activités
BCC2 (UE5.2 UE6.2)	Pour mener une vente complexe
BCC4 (UE5.4 UE6.4)	Pour construire la stratégie de marque
BCC5 (UE5.5 UE6.5)	Pour élaborer un événement complexe

		ECTS
UE 5.1	Marketing : Conduire les actions marketing	8
UE 5.2	Vente : Vendre une offre commerciale	8
UE 5.4	Branding : Elaborer l'identité d'une marque	7
UE 5.5	Événementiel : Manager un projet événementiel	7

		ECTS
UE 6.2	Marketing : Conduire les actions marketing	5
UE 6.3	Vente : Vendre une offre commerciale	5
UE 6.4	Branding : Elaborer l'identité d'une marque	10
UE 6.5	Événementiel : Manager un projet événementiel	10

## II] Formation par apprentissage (FA) :

### 1) BUT1 : Maquette pédagogique du semestre 1 et du semestre 2

SEMESTRE 1				Répartition des coefx par compétence			Total
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	HeuresPT	Marketing UE 1.1	Vente UE 1.2	Com UE1.3	
R1.01	Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur	32		2,5			2,50
R1.02	Fondamentaux de la vente	22			3		3,00
R1.03	Fondamentaux de la communication commerciale	16				2	2,00
R1.04	Etudes marketing 1	16		0,5		0,5	1,00
R1.05	Environnement économique de l'entreprise	16		1			1,00
R1.06	Environnement juridique de l'entreprise	16		0,5		1	1,50
R1.07	Techniques quantitatives et représentations 1	16		0,5	1,5		2,00
R1.08	Elements financiers de l'entreprise	12		0,5	0,5		1,00
R1.09	Rôle et organisation de l'entreprise sur son marché	12		1			1,00
R1.10	Initiation à la conduite de projet	6			0,5	0,5	1,00
R1.11	Langue A : anglais du commerce 1	20		0,5		1	1,50
R1.12	LVB du commerce 1	20		0,5		1	1,50
R1.13	Ressources et culture numériques 1	18		0,5	1	0,5	2,00
R1.14	Expression, Communication et culture 1	20		0,5	1	0,5	2,00
R1.15	Projet Personnel Professionnel 1	10		0,5	0,5	0,5	1,50
	<b>TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S1</b>	<b>252</b>	<b>0</b>				<b>24,5</b>
SAE1.01	Marketing : positionnement d'une offre simple sur un marché	16	16	6			6
SAE1.02	Vente : Démarche de prospection	12	12		6		6
SAE1.03	Communication commerciale : Création d'un support "print"	16	12			5	5
Portfolio	Portfolio - S1	4	0				0
	<b>TOTAL SAE TRONC COMMUN S1</b>	<b>48</b>	<b>40</b>				<b>17</b>
	<b>TOTAL TRONC COMMUN</b>	<b>300</b>	<b>40</b>				<b>41,5</b>

  

SEMESTRE 2				Répartition des coefx par compétence			Total
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	HeuresPT	Marketing UE 2.1	Vente UE 2.2	Com UE2.3	
R2.01	Marketing Mix 1	16		2			2
R2.02	Prospection et négociation	20			3		3
R2.03	Moyens de la communication commerciale	16				2,5	2,5
R2.04	Etudes marketing 2	16		1,5			1,5
R2.05	Relations contractuelles commerciales	16		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.06	Techniques quantitatives et représentations	20		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.07	Coûts, marges et prix d'une offre simple	16		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.08	Canaux de commercialisation et de distribution	12		1			1
R2.09	Psychologie sociale	16			0,5	0,5	1
R2.10	Gestion et conduite de projet	8		0,5	0,5		1
R2.11	Langue A - Anglais du commerce 2	20		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.12	Langue B du commerce 2	20		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.13	Ressources et Culture Numériques 2	16		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.14	Expression, Communication et culture 2	20		0,5	0,5	0,5	1,5
R2.15	Projet Personnel Professionnel 2	8		0,5	0,5	0,5	1,5
	<b>TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S2</b>	<b>240</b>	<b>0</b>				<b>24</b>
SAe2.01	Marketing : marketing mix	22	16	3			3
SAe2.02	Vente : initiation au jeu de rôle de négociation	16	16		3		3
SAe2.03	Communication commerciale : élaboration d'un plan de communication commerciale	14	16			2	2
SAe2.04	Conception d'un projet en déployant les techniques de commercialisation	4	24	1	1	1	3
Stage	Activité en entreprise	0	0	1	1	1	3
Portfolio	Portfolio S2	4	8	1	1	1	3
	<b>TOTAL SAE TRONC COMMUN S2</b>	<b>60</b>	<b>80</b>				<b>17</b>
	<b>TOTAL TRONC COMMUN</b>	<b>300</b>	<b>80</b>				<b>41</b>

- Semestre1
- UE 1.1 Marketing : conduire les actions marketing - 11 crédits ECTS
  - UE 1.2 Vente : vendre une offre commerciale - 11 crédits ECTS
  - UE 1.3 Communication commerciale : communiquer l'offre commerciale - 8 crédits ECTS
- Semestre2
- UE 2.1 Marketing : conduire les actions marketing - 11 crédits ECTS
  - UE 2.2 Vente : vendre une offre commerciale - 11 crédits ECTS
  - UE 2.3 Communication commerciale : communiquer l'offre commerciale - 8 crédits ECTS

- BCC1 (UE1.1  
UE2.1) Pour construire une offre commerciale simple
- BCC2 (UE1.2  
UE2.2) Pour préparer l'entretien de vente
- BCC3 (UE1.3  
UE2.3) Pour structurer un plan de communication

## 2) BUT2 : Maquette pédagogique du semestre 3 et du semestre 4

SEMESTRE 3					Répartition des coef. par compétence					
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	Heures PT	Coefficients ressources					Total	
				UE3.1	UE3.2	UE3.3	UE3.4	UE3.5		
R3.01	Marketing Mix 2	16		2						2
R3.02	Entretien de vente	16			3					3
R3.03	Principes de la communication digitale	16				3				3
R3.04	Etudes marketing-3	12		1,5						1,5
R3.05	Environnement économique international	12		1,5						1,5
R3.06	Droit des activités commerciales-1	12		0,5	0,5	0,5				1,5
R3.07	Techniques quantitatives et représentations-3	12		0,5	0,5	0,5				1,5
R3.08	Tableau de bord commercial	12		0,5	0,5	0,5				1,5
R3.09	Psychologie sociale du travail	9,5		1						1
R3.10	Anglais appliqué au commerce-3	13,5		0,5	1	1				2,5
R3.11	LVB appliquée au commerce-3	13		0,5	1	1				2,5
R3.12	Ressources et culture numériques-3	16		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		2,5
R3.13	Expression Communication Culture-3	12		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		2,5
R3.14	Projet Personnel Professionnel-3	8		0,5	0,5	0,5				1,5
<b>TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S3</b>		<b>180</b>								<b>28</b>
SAE3.01	Pilotage d'un projet en déployant les techniques de commercialisation	16	12							0
Portfolio	Portfolio-S3	8	8							0
<b>TOTAL SAE TRONC COMMUN S3</b>		<b>24</b>	<b>20</b>							
<b>TOTAL TRONC COMMUN</b>		<b>204</b>	<b>20</b>							
<b>PARCOURS MDEE</b>										
R3.MDEE.15	Stratégie de marketing digital	12					4			4
R3.MDEE.16	Creativité et innovation	12						4		4
SAE3.MDEE.02	Démarche de création d'entreprise en contexte digital	32	32	7	6	6	0,5	0,5		20
SAE3.MDEE.03	Analyse d'une activité digitale	24	16				5	5		10
<b>TOTAL PARCOURS MDEE</b>										<b>38</b>
<b>PARCOURS MMPV</b>										
R3.MMPV.15	Management de la performance du point de vente	12					4			4
R3.MMPV.16	Marketing du point de vente	12						4		4
SAE3.MMPV.02	Démarche d'ouverture d'un point de vente	32	32	7	6	6	0,5	0,5		20
SAE3.MMPV.03	Analyse d'un point de vente ou d'un rayon dans un environnement concurrentiel	24	16				5	5		10
<b>TOTAL PARCOURS MMPV</b>										<b>38</b>
<b>PARCOURS BDMRC</b>										
R3.BDMRC.15	Marketing B2B	12					4			4
R3.BDMRC.16	Fondamentaux de la relation client	12						4		4
SAE3.BDMRC.02	Démarche de création ou de reprise d'entreprise	32	32	7	6	6	0,5	0,5		20
SAE3.BDMRC.03	Développement d'une expertise commerciale basée sur le diagnostic de la stratégie client d'un secteur	24	16				5	5		10
<b>TOTAL PARCOURS BDMRC</b>										<b>38</b>
<b>PARCOURS SME</b>										
R3.SME.15	Marketing de l'événementiel-1	12					4			4
R3.SME.16	Fondamentaux de la communication de marque	12						4		4
SAE3.SME.02	Démarche de création d'entreprise dans l'événementiel ou la communication	32	32	7	6	6	0,5	0,5		20
SAE3.SME.03	Création d'un événement comme outil de branding	24	16				5	5		10
<b>TOTAL PARCOURS SME</b>										<b>38</b>
<b>TOTAL RESSOURCES PARCOURS S3</b>		<b>24</b>								
<b>TOTAL SAE PARCOURS S3</b>		<b>56</b>	<b>48</b>							
<b>TOTAL PARCOURS S3</b>		<b>80</b>	<b>48</b>							
<b>TOTAL S3</b>		<b>284</b>	<b>68</b>							<b>66</b>
<b>SEMESTRE 4</b>					<b>Répartition des coef. par compétence</b>					
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	Heures PT	Coefficients ressources					Total	
				UE4.1	UE4.2	UE4.3	UE4.4	UE4.5		
R4.01	Stratégie Marketing	12		3						3
R4.02	Négociation : rôle du vendeur et de l'acheteur	12			3					3
R4.03	Conception d'une campagne de communication	12				3				3
R4.04	Droit du travail	8		0,5	0,5	0,5				1,5
R4.05	Anglais appliqué au commerce-4	12		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		2,5
R4.06	LVB appliquée au commerce-4	12		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		2,5
R4.07	Expression Communication Culture-4	12		0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		2,5
R4.08	Projet Personnel Professionnel-4	4					0,5	0,5		1
<b>TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S4</b>		<b>84</b>								<b>19</b>
SAE4.01	Evaluation de la performance du projet en déployant les techniques de commercialisation	12	32	1	1	1				3
SAE4.02	Pilotage commercial d'une organisation	12	24	1	1	1	1	1		3
Portfolio	Portfolio-S4	12	12	1	1	1	1	1		5
<b>TOTAL SAE TRONC COMMUN S4</b>		<b>36</b>	<b>68</b>							<b>11</b>
<b>TOTAL TRONC COMMUN</b>		<b>120</b>	<b>68</b>							
<b>PARCOURS MDEE</b>										
R4.MDEE.09	Conduite de projet digital	12					1,5			1,5
R4.MDEE.10	Stratégie e-commerce	12					1,5			1,5
R4.MDEE.11	Business model-1	12						3		3
SAE4.MDEE.03	Création de site web	16	24				3	3		6
Stage.MDEE	Activité en entreprise MDEE	8		2	2	2	2	2		10
<b>TOTAL PARCOURS MDEE</b>										<b>22</b>
<b>PARCOURS MMPV</b>										
R4.MMPV.09	Merchandising	12						1,5		1,5
R4.MMPV.10	Management des équipes-1	12					3			3
R4.MMPV.11	GRC	12						1,5		1,5
SAE4.MMPV.03	Propositions d'amélioration du fonctionnement du point de vente et du management de l'équipe	16	24				3	3		6
Stage.MMPV	Activité en entreprise MMPV	8		2	2	2	2	2		10
<b>TOTAL PARCOURS MMPV</b>										<b>22</b>
<b>PARCOURS BDMRC</b>										
R4.BDMRC.09	Fondamentaux du management de l'équipe commerciale	16					3			3
R4.BDMRC.10	Relation client omnicanal	20						3		3
SAE4.BDMRC.03	Elaboration d'un plan d'actions commercial et relationnel	16	24				3	3		6
Stage.BDMRC	Activité en entreprise BDMRC	8		2	2	2	2	2		10
<b>TOTAL PARCOURS BDMRC</b>										<b>22</b>
<b>PARCOURS SME</b>										
R4.SME.09	Relations publiques et relations presse	12					3			3
R4.SME.10	Organisation et logistique-1	16						2		2
R4.SME.11	Gestion commerciale-1	8						1		1
SAE4.SME.03	Organisation d'un événement comme outil de branding	16	24				3	3		6
Stage.SME	Activité en entreprise SME	8		2	2	2	2	2		10
<b>TOTAL PARCOURS SME</b>										<b>22</b>
<b>TOTAL RESSOURCES PARCOURS S4</b>		<b>36</b>								
<b>TOTAL SAE PARCOURS S4</b>		<b>24</b>	<b>24</b>							
<b>TOTAL PARCOURS S4</b>		<b>60</b>	<b>24</b>							
<b>TOTAL S4</b>		<b>180</b>	<b>92</b>							<b>52</b>

<b>Parcours : Marketing digital, e-business et entrepreneuriat (MDEE)</b>		ECTS
UE3.1	Marketing : Conduire les actions marketing	7
UE3.2	Vente : Vendre une offre commerciale	7
UE3.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	8
UE3.4	Marketing digital : Gérer une activité digitale	4
UE3.5	E-business et entrepreneuriat : Développer un projet e-business	4
		ECTS
UE4.1	Marketing : Conduire les actions marketing	6
UE4.2	Vente : Vendre une offre commerciale	6
UE4.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	6
UE4.4	Marketing digital : Gérer une activité digitale	6
UE4.5	E-business et entrepreneuriat : Développer un projet e-business	6
BCC1 (UE3.1 UE4.1)	Pour construire une offre commerciale complexe ou innovante	
BCC2 (UE3.2 UE4.2)	Pour mener un entretien de vente simple	
BCC3 (UE3.3 UE4.3)	Pour élaborer un plan de communication	
BCC4 (UE3.4 UE4.4)	Pour participer activement au projet digital	
BCC5 (UE3.5 UE4.5)	Pour construire un projet e-business en tant que partie prenante active	
<b>Parcours : Marketing et management du point de vente (MMPV)</b>		ECTS
UE3.1	Marketing : Conduire les actions marketing	7
UE3.2	Vente : Vendre une offre commerciale	7
UE3.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	8
UE3.4	Management : Manager une équipe commerciale sur un espace de vente	4
UE3.5	Retail marketing : Piloter un espace de vente	4
		ECTS
UE4.1	Marketing : Conduire les actions marketing	6
UE4.2	Vente : Vendre une offre commerciale	6
UE4.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	6
UE4.4	Management : Manager une équipe commerciale sur un espace de vente	6
UE4.5	Retail marketing : Piloter un espace de vente	6
BCC1 (UE3.1 UE4.1)	Pour construire une offre commerciale complexe ou innovante	
BCC2 (UE3.2 UE4.2)	Pour mener un entretien de vente simple	
BCC3 (UE3.3 UE4.3)	Pour élaborer un plan de communication	
BCC4 (UE3.4 UE4.4)	Pour gérer l'équipe au niveau opérationnel	
BCC5 (UE3.5 UE4.5)	Pour contribuer à la dynamique de l'espace de vente en tant que membre de l'équipe	
<b>Parcours : Business développement et management de la relation client (BDMRC)</b>		ECTS
UE3.1	Marketing : Conduire les actions marketing	7
UE3.2	Vente : Vendre une offre commerciale	7
UE3.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	8
UE3.4	Business développement : Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	4
UE3.5	Relation client : Manager la relation client	4
		ECTS
UE4.1	Marketing : Conduire les actions marketing	6
UE4.2	Vente : Vendre une offre commerciale	6
UE4.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	6
UE4.4	Business développement : Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	6
UE4.5	Relation client : Manager la relation client	6
BCC1 (UE3.1 UE4.1)	Pour construire une offre commerciale complexe ou innovante	
BCC2 (UE3.2 UE4.2)	Pour mener un entretien de vente simple	
BCC3 (UE3.3 UE4.3)	Pour élaborer un plan de communication	
BCC4 (UE3.4 UE4.4)	Pour agir en tant que membre de l'équipe commerciale	
BCC5 (UE3.5 UE4.5)	Pour agir en tant que membre de l'équipe relation client	
<b>Parcours : Stratégie de marque et événementiel (SME)</b>		ECTS
UE3.1	Marketing : Conduire les actions marketing	7
UE3.2	Vente : Vendre une offre commerciale	7
UE3.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	8
UE3.4	Branding : Elaborer l'identité d'une marque	4
UE3.5	Événementiel : Manager un projet événementiel	4
		ECTS
UE4.1	Marketing : Conduire les actions marketing	6
UE4.2	Vente : Vendre une offre commerciale	6
UE4.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	6
UE4.4	Branding : Elaborer l'identité d'une marque	6
UE4.5	Événementiel : Manager un projet événementiel	6
BCC1 (UE3.1 UE4.1)	Pour construire une offre commerciale complexe ou innovante	
BCC2 (UE3.2 UE4.2)	Pour mener un entretien de vente simple	
BCC3 (UE3.3 UE4.3)	Pour élaborer un plan de communication	
BCC4 (UE3.4 UE4.4)	Pour déployer l'image de marque	
BCC5 (UE3.5 UE4.5)	Pour élaborer un événement simple	



**Parcours MDEE**

## BLOC

BCC1 (UE5.1 UE6.1)	Pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activités
BCC2 (UE5.2 UE6.2)	Pour mener une vente complexe
BCC4 (UE5.4 UE6.4)	Pour développer le projet digital en tant qu'initiateur
BCC5 (UE5.5 UE6.5)	Pour construire un projet e-business en tant que responsable de projet ou d'entreprise

		ECTS
UE 5.1	Marketing : Conduire les actions marketing	8
UE 5.2	Vente : Vendre une offre commerciale	8
UE 5.4	Marketing digital : Gérer une activité digitale	7
UE 5.5	E-business et entrepreneuriat : Développer un projet e-business	7

		ECTS
UE 6.2	Vente : Vendre une offre commerciale	5
UE 6.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	5
UE 6.4	Marketing digital : Gérer une activité digitale	10
UE 6.5	E-business et entrepreneuriat : Développer un projet e-business	10

**Parcours MMPV**

## BLOC

BCC1 (UE5.1 UE6.1)	Pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activités
BCC2 (UE5.2 UE6.2)	Pour mener une vente complexe
BCC4 (UE5.4 UE6.4)	Pour mobiliser l'équipe au niveau stratégique
BCC5 (UE5.5 UE6.5)	Pour manager la dynamique de l'espace de vente

		ECTS
UE 5.1	Marketing : Conduire les actions marketing	8
UE 5.2	Vente : Vendre une offre commerciale	8
UE 5.4	Management : Manager une équipe commerciale sur un espace de vente	7
UE 5.5	Retail marketing : Piloter un espace de vente	7

		ECTS
UE 6.1	Marketing : Conduire les actions marketing	5
UE 6.3	Communication commerciale : Communiquer l'offre commerciale	5
UE 6.4	Management : Manager une équipe commerciale sur un espace de vente	10
UE 6.5	Retail marketing : Piloter un espace de vente	10

**Parcours BDMRC**

## BLOC

BCC1 (UE5.1 UE6.1)	Pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activités
BCC2 (UE5.2 UE6.2)	Pour mener une vente complexe
BCC4 (UE5.4 UE6.4)	Pour agir en tant que responsable de l'équipe commerciale
BCC5 (UE5.5 UE6.5)	Pour agir en tant que responsable de l'équipe relation client

		ECTS
UE 5.1	Marketing : Conduire les actions marketing	8
UE 5.2	Vente : Vendre une offre commerciale	8
UE 5.4	Business développement : Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	7
UE 5.5	Relation client : Manager la relation client	7

		ECTS
UE 6.1	Marketing : Conduire les actions marketing	5
UE 6.2	Vente : Vendre une offre commerciale	5
UE 6.4	Business développement : Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	10
UE 6.5	Relation client : Manager la relation client	10

**Parcours SME**

## BLOC

BCC1 (UE5.1 UE6.1)	Pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activités
BCC2 (UE5.2 UE6.2)	Pour mener une vente complexe
BCC4 (UE5.4 UE6.4)	Pour construire la stratégie de marque
BCC5 (UE5.5 UE6.5)	Pour élaborer un événement complexe

		ECTS
UE 5.1	Marketing : Conduire les actions marketing	8
UE 5.2	Vente : Vendre une offre commerciale	8
UE 5.4	Branding : Elaborer l'identité d'une marque	7
UE 5.5	Événementiel : Manager un projet événementiel	7

		ECTS
UE 6.2	Marketing : Conduire les actions marketing	5
UE 6.3	Vente : Vendre une offre commerciale	5
UE 6.4	Branding : Elaborer l'identité d'une marque	10
UE 6.5	Événementiel : Manager un projet événementiel	10