

BUT TC

Modalités de contrôle des connaissances et des compétences

Université Paris-Saclay - IUT SCEAUX

En vigueur pour l'année 2026-2027, formations FI et FA

1- Organisation générale des enseignements du Bachelor Universitaire de Technologie	2
2-1 COMPENSATION	3
2-2 REGLES DE PROGRESSION	3
3- L'assiduité et les modalités de contrôle des connaissances et des compétences.....	4
3-1 ASSIDUITE ET PONCTUALITE	4
3-2 Stages au cours de l'année universitaire (FI)	5
3-3 Activités en entreprise au cours de l'année universitaire (FA)	5
3-4 Plagiat et engagement de non plagiat	6
4- Composition du jury.....	6
5- Les modalités du contrôle des connaissances et des compétences	7
5-1 Le déroulement des épreuves de contrôles communs (FI).....	8
5-2 Ressources, SAE, notes et coefficients.....	8
5-3 Bilan semestriel et commission de jury de département	8
6- Vie au sein de l'IUT de SCEAUX	9
MAQUETTE PEDAGOGIQUE – DEPARTEMENT TC.....	10
I] Formation initiale (FI) :.....	10
1) BUT1 : Maquette pédagogique du semestre 1 et du semestre 2	10
2) BUT2 : Maquette pédagogique du semestre 3 et du semestre 4	11
3) BUT3 : Maquette pédagogique du semestre 5 et du semestre 6	14
II] Formation par apprentissage (FA) :.....	17
1) BUT1 : Maquette pédagogique du semestre 1 et du semestre 2	17
3) BUT3 : Maquette pédagogique du semestre 5 et du semestre 6	20

BUT TC

Modalités de contrôle des connaissances et des compétences

Université Paris-Saclay - IUT SCEAUX

En vigueur pour l'année 2026-2027, formations FI et FA

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**.¹

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·e. ou apprenti·e. 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 cinq 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·e. ou apprenti·e. 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.²

¹ 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.

² 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 Gestion des Entreprises et des Administrations (B.U.T. TC), l'étudiant-e ou apprenti-e 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-e ou apprenti-e 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-e ou apprenti-e capitalisera 180 ECTS, soit l'équivalent de trois années universitaires européennes. C'est par ces crédits que l'étudiant-e ou apprenti-e 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 étudiant-es et apprenti-es qui sortent de l'IUT sans avoir obtenu le diplôme reçoivent une attestation d'études délivrée par le-la directeur-riche de l'IUT comportant la liste des unités d'enseignement capitalisables qu'ils ont acquises, ainsi que les crédits européens correspondants.

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-e ou apprenti-e a obtenu la moyenne au regroupement cohérent auquel l'UE appartient.

2-2 REGLES DE PROGRESSION

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

La poursuite d'études dans un semestre impair est possible si et seulement si l'étudiant-e ou apprenti-e 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-e à redoubler une seule fois chaque semestre dans la limite de 4 redoublements.

Le Code du travail ne prévoit pas explicitement la notion de redoublement, car l'apprenti-e est juridiquement un-e salarié-e. En revanche, il permet un aménagement de la durée du contrat d'apprentissage, notamment par allongement, lorsque l'évaluation du niveau de compétences de l'apprenti-e le justifie, dans les conditions prévues à l'article L6222-7-1 du Code du Travail. Toute décision en matière de redoublement pédagogique ou d'allongement de parcours doit être fondée sur une évaluation pédagogique du niveau de compétences de l'apprenti, et s'inscrire dans le cadre juridique rappelé ci-dessus, afin de garantir à la fois la sécurité des parties au contrat et la qualité de la formation.

Le-la directeur-riche de l'IUT peut autoriser un redoublement supplémentaire en cas de force majeure dûment justifiée et appréciée par ses soins.

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

3-1 ASSIDUITE ET PONCTUALITE

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-e 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-e.

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, le-la directeur-riche de l'IUT décidera d'autoriser l'étudiant-e. ou apprenti-e 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 ou la direction du département est impérative. Si l'étudiant-e. ou apprenti-e 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'usager, étudiant·e ou apprenti·e, 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·e ou apprenti·e 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·e ou apprenti·e 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·e 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 étudiant·es.

3-3 ACTIVITES EN ENTREPRISE AU COURS DE L'ANNEE UNIVERSITAIRE (FA)

Les activités en entreprise figurant au programme de l'enseignement sont obligatoires. Tout étudiant·e inscrit pédagogiquement dans un parcours en apprentissage et n'ayant jamais signé de contrat d'apprentissage est déclaré défaillant à l'ensemble des unités d'enseignement du semestre où la note d'activité en entreprise est nécessaire au calcul de la moyenne de l'UE.

Tout apprenti·e dont la durée totale d'activité en entreprise est inférieure à 50% de la durée de l'année universitaire définie par le calendrier d'alternance est déclaré défaillant à l'ensemble des unités d'enseignement du semestre où la note d'activité en entreprise est nécessaire au calcul de la moyenne de l'UE.

Tout apprenti·e dont la durée totale d'activité en entreprise est comprise entre 50% et 75% de la durée de l'année universitaire définie par le calendrier d'alternance pourra être déclaré défaillant à l'ensemble des unités d'enseignement du semestre où la note d'activité en entreprise est nécessaire au calcul de la moyenne de l'UE.

3-4 PLAGIAT ET ENGAGEMENT DE NON PLAGIAT

Chaque étudiant·e ou apprenti·e 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 tout outil d'IAG est strictement interdite lors des examens surveillés, sauf mention contraire explicite du responsable de l'épreuve. Tout manquement sera considéré comme une tentative de fraude à l'examen.

Les consignes relatives à l'usage de l'IAG sont précisées par les enseignants. Tout apport produit par un outil d'IAG (sous forme de texte, code, image ou autre) doit faire l'objet d'une citation explicite dans le document final, selon les modalités de référencement applicables. En l'absence de consigne, l'usage n'est pas autorisé. L'utilisation non autorisée de l'IAG dans le cadre d'une évaluation constitue un manquement aux principes d'intégrité et de qualité académique. Il est traité comme un cas de plagiat, dès lors que l'étudiant ou l'étudiante n'est pas l'auteur réel ou l'autrice réelle du travail rendu.

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 le-la directeur·rice de l'IUT et comprenant les chef·fe·s 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 le-la directeur·rice de l'IUT délibère souverainement à partir de l'ensemble des résultats obtenus par l'étudiant·e ou apprenti·e. Il se réunit chaque semestre pour se prononcer sur la progression de l'étudiant·e ou apprenti·e, 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 ».

Ces jurys peuvent formuler des recommandations ou des conseils aux étudiant·es ou apprenti·es afin de faciliter la suite de leur formation.

5- Les modalités du contrôle des connaissances et des compétences

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

Une durée minimale d'une heure de présence est exigée. Si la durée de l'épreuve est inférieure à une heure, alors aucune sortie n'est autorisée. L'accès à la salle d'examen n'est plus possible dès lors qu'un candidat a quitté cette salle d'examen. 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-e devra rendre obligatoirement sa copie.

Il est rappelé qu'un étudiant-e ou apprenti-e 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.

De plus, dans le cas où l'évaluation pour laquelle l'étudiant-e ou apprenti-e a été absent fait l'objet d'une épreuve de rattrapage, l'étudiant-e ou apprenti-e devra, pour en bénéficier, faire une demande d'autorisation de rattrapage, transmise auprès du secrétariat pédagogique 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 mêmes délais que la justification de l'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.

L'étudiant-e ou apprenti-e dont l'absence n'est pas justifiée 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 sera déclaré absent (la note zéro sera attribuée à l'épreuve manquée). Il en est de même pour un étudiant-e ou apprenti-e absent à une épreuve de rattrapage, quelle que soit la cause de son absence.

Les étudiant-es ou apprenti-es 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 à la direction du département. La fraude ou tentative de fraude à une épreuve entraîne la saisine de la section disciplinaire de l'Université de Paris-Saclay.

Avant et pendant les épreuves, le personnel chargé de la surveillance peut demander à tout étudiant-e ou apprenti-e le retrait ou déplacement d'un accessoire vestimentaire notamment couvrant les oreilles ou les poignets le temps de procéder, si besoin en dehors de la salle d'examen et par un surveillant du même sexe, aux vérifications nécessaires, pour s'assurer 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.

La présence d'un appareil connecté non déposé, même éteint, sera considérée comme une tentative de fraude et, à ce titre, pourra faire l'objet d'un rapport de suspicion de fraude établi par le surveillant.

Dans tous les autres cas de flagrant délit de fraude ou de tentative de fraude aux examens ou aux concours, l'enseignant responsable prend toutes les mesures pour faire cesser la fraude ou la tentative de fraude, notamment le retrait du matériel permettant la fraude, sans interrompre la participation à l'épreuve du ou des candidats concernés. Il saisit les pièces ou matériels permettant d'établir ultérieurement la réalité des faits. Seuls les appareils connectés et les calculatrices sont restitués à l'étudiant en fin d'épreuve. Ces matériels ainsi que leur écran le cas échéant, sont photographiés afin

d'établir la fraude (type de matériel, nature de la fraude etc.) et les photos sont jointes au procès-verbal. Il dresse un procès-verbal relatant les faits, qui sera contresigné par les autres surveillants et par le ou les auteurs de la fraude ou de la tentative de fraude. En cas de refus de contresigner, mention de ce refus est portée au procès-verbal.

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

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

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

Les étudiant·es sont tenus de se munir d'une carte d'étudiant·e 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 connecté doit être éteint et déposé avec les objets personnels au lieu indiqué par les surveillants. La simple possession d'un appareil connecté, même éteint, 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·e 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.

Aucun délai supplémentaire de composition ne sera accordé à l'étudiant·e retardataire.

5-2 RESSOURCES, SAE, NOTES ET COEFFICIENTS

Les travaux des étudiant·es ou apprenti·es sont évalués. Ils donnent lieu au calcul d'une moyenne figurant sur les relevés de notes semestriels remis aux étudiant·es ou apprenti·es.

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.

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 étudiant·es. ou apprenti·es concernés.

Les décisions prises par la commission de jury du Département sont rendues accessible aux étudiant·es dans les meilleurs délais. Ces décisions deviennent définitives qu'une fois entérinées par le jury de l'IUT.

Après proclamation des résultats, le jury communique les moyennes aux étudiant·es ou apprenti·es, sauf celles des étudiant·es ou apprenti·es défaillants pour absentéisme.

Tout étudiant·e ou apprenti·e 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·e ou apprenti·e 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 étudiant·es et apprenti·es inscrits dans une formation de l'IUT 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 coef 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	Expresion, 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
	TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S1	315	89	0				24,5
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
	TOTAL SAE TRONC COMMUN S1	60	35	50				17
	TOTAL TRONC COMMUN	375	124	50				41,5

SEMESTRE 2					Répartition des coef 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	Expresion, 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
	TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S2	300	85	0				24
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
	TOTAL SAE TRONC COMMUN S2	75	45	100				17
	TOTAL TRONC COMMUN	375	130	100				41

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 coefficients par compétence					
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	dont TP	Heures PT	Coefficients ressources					Total
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
TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S3		225	53							28
SAE3.01	Pilotage d'un projet en déployant les techniques de commercialisation	20	5	15						0
Portfolio	Portfolio-S3	10	5	10						0
TOTAL SAE TRONC COMMUN S3		30	10	25						
TOTAL TRONC COMMUN		255	63	25						
PARCOURS MDEE										
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
TOTAL PARCOURS MDEE										38
PARCOURS BI										
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
TOTAL PARCOURS BI										38
PARCOURS MMPV										
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
TOTAL PARCOURS MMPV										38
PARCOURS BDMRC										
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
TOTAL PARCOURS BDMRC										38
PARCOURS SME										
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
TOTAL PARCOURS SME										38
TOTAL RESSOURCES PARCOURS S3		30	8							
TOTAL SAE PARCOURS S3		70	25	60						
TOTAL PARCOURS S3		100	33	60						
TOTAL S3		355	96	85						66

SEMESTRE 4					Répartition des coefficients par compétence					
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	dont TP	Heures PT	Coefficients ressources					Total
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
TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S4		105	30							19
SAE4.01	Évaluation 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	5
Portfolio	Portfolio-S4	15	10	15	1	1	1			5
TOTAL SAE TRONC COMMUN S4		45	25	85	45					11
TOTAL TRONC COMMUN		150	55	85	144					
PARCOURS MDEE										
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
TOTAL PARCOURS MDEE										22
PARCOURS BI										
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
TOTAL PARCOURS BI										22
PARCOURS MMPV										
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
TOTAL PARCOURS MMPV										22
PARCOURS BDMRC										
R4.BDMRC.09	Fondamentaux du management de l'équipe commerciale	20	4					3		3
R4.BDMRC.10	Relation client omnicanal	25	6						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
TOTAL PARCOURS BDMRC										22
PARCOURS SME										
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
TOTAL PARCOURS SME										22
TOTAL RESSOURCES PARCOURS S4		45	10							
TOTAL SAE PARCOURS S4		30	10	30						
TOTAL PARCOURS S4		75	20	30						
TOTAL S4		225	75	115						52

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
		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	

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
		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	

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

SEMESTRE 5				Répartition des coeffs par compétence				
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	Heures PT	Coefficients ressources				
				UE5.1	UE5.2	UE5.4	UE5.5	Total
R5.01	Stratégie d'entreprise-1	16		3				3
R5.02	Négocier dans des contextes spécifiques-1	16			3			3
R5.03	Financement et régulation de l'économie	12		2				2
R5.04	Droit des activités commerciales-2	12		1	1			2
R5.05	Analyse financière	12		1	1			2
R5.06	Anglais appliqué au commerce-5	12		0,5	0,5	0,5	0,5	2
R5.07	LVB appliquée au commerce 5	12		0,5	0,5	0,5	0,5	2
R5.08	Expression Communication Culture 5	16		1	1			2
R5.09	PPP-5	8		0,5	0,5	0,5	0,5	2
Portfolio	Portfolio	16	16					0
	TOTAL TRONC COMMUN S5	132	16					20
	PARCOURS MDEE							
R5.MDEE.10	RCN appliquées au marketing digital à l'e-business et à l'entrepreneuriat	12				0,5	0,5	1
R5.MDEE.11	Management de la créativité et de l'innovation	12					1,5	1,5
R5.MDEE.12	Référencement	16				1,5		1,5
R5.MDEE.13	Stratégie social media et e-CRM	15				1,5		1,5
R5.MDEE.14	Business model-2	14					2	2
R5.MDEE.15	Stratégie de contenu et rédaction web	15				1		1
R5.MDEE.16	Logistique et supply chain	12				0,5	1	1,5
SAE5.MDEE.01	Développement d'un projet digital + SPOC Transition écologique	64	84	8	8	7	7	30
								40
	PARCOURS MMPV							
R5.MMPV.10	RCN appliquées au marketing et management du point de vente	12				0,5	0,5	1
R5.MMPV.11	Parcours expérience client	28					3	3
R5.MMPV.12	Management d'équipe-2	12				3		3
R5.MMPV.13	Supply chain	12					1	1
R5.MMPV.14	Droit de la distribution	16					1	1
R5.MMPV.15	Trade marketing	16					1	1
SAE5.MMPV.01	Approche omnicanal du point de vente + SPOC Transition écologique	64	84	8	8	7	7	30
								40
	PARCOURS BDMRC							
R5.BDMRC.10	RCN appliquées au business développement et au management de la relation client	12				0,5	0,5	1
R5.BDMRC.11	Développement des pratiques managériales	20				2	0	2
R5.BDMRC.12	Management de la valeur client	20				0	2	2
R5.BDMRC.13	Marketing des services	24				0	3	3
R5.BDMRC.14	Pilotage de l'équipe commerciale	20				2	0	2
SAE5.BDMRC.01	Mise en oeuvre et pilotage de la stratégie client d'une entreprise + SPOC Transition écologique	64	84	8	8	7	7	30
								40
	PARCOURS SME							
R5.SME.10	RCN appliquées à la stratégie de marque et à l'événementiel	12				0,5	0,5	1
R5.SME.11	Stratégie de développement de marque-1	14				2		2
R5.SME.12	Marketing digital de la marque	15				2,5		2,5
R5.SME.13	Gestion commerciale-2	8					0,5	0,5
R5.SME.14	Organisation et logistique-2	12					1	1
R5.SME.15	Conception graphique	20					1,5	1,5
R5.SME.16	Marketing de l'événementiel-2	15					1,5	1,5
SAE5.SME.01	Projet de communication événementiel + SPOC Transition écologique	64	84	8	8	7	7	30
								40
	TOTAL RESSOURCES PARCOURS S5	96						
	TOTAL SAE PARCOURS S5	64	84					
	TOTAL PARCOURS S5	160	84					
	TOTAL S5	292	100					60
SEMESTRE 6				Répartition des coeffs par compétence				
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	Heures PT	Coefficients ressources				
				UE6.1	UE6.2	UE6.4	UE6.5	Total
R6.01	Stratégie d'entreprise 2	12		2				2
R6.02	Négocier dans des contextes spécifiques 2	12			2			2
Portfolio	Portfolio	16	52	1	1	1	1	4
	TOTAL TRONC COMMUN S6	40	52					8
	PARCOURS MDEE							
R6.MDEE.03	Trafic management - Analyse d'audience	16				4		4
R6.MDEE.04	Formalisation et sécurisation d'un business model	12					4	4
Stage MDEE	activité entreprise	16	48	2	2	5	5	14
								22
	PARCOURS MMPV							
R6.MMPV.03	Droit du travail et relations sociales dans l'entreprise	12				4		4
R6.MMPV.04	Prise de décision - pilotage	16					4	4
Stage MMPV	activité entreprise	16	48	2	2	5	5	14
								22
	PARCOURS BDMRC							
R6.BDMRC.03	Management des comptes-clés (KAM)	16				4		4
R6.BDMRC.04	Nouveaux comportements des clients	12					4	4
Stage BDMRC	activité entreprise	16	48	2	2	5	5	14
								22
	PARCOURS SME							
R6.SME.03	Stratégie de développement de marque	12				4		4
R6.SME.04	Evènementiel sectoriel	16					4	4
Stage SME	activité entreprise	16	48	2	2	5	5	14
								22
	TOTAL RESSOURCES PARCOURS S6	28						
	TOTAL SAE PARCOURS S6	16	48					
	TOTAL PARCOURS S6	44	48					
	TOTAL S6	84	100					30

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 coef's par compétence			Total
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	Heures PT	Marketing UE 1.1	Vente UE 1.2	Com UE 1.3	
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
TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S1		252	0				24,5
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
TOTAL SAE TRONC COMMUN S1		48	40				17
TOTAL TRONC COMMUN		300	40				41,5

SEMESTRE 2				Répartition des coef's par compétence			Total
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	Heures PT	Marketing UE 2.1	Vente UE 2.2	Com UE 2.3	
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
TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S2		240	0				24
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
TOTAL SAE TRONC COMMUN S2		60	80				17
TOTAL TRONC COMMUN		300	80				41

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 coefficients par compétence					
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	Heures PT	Coefficients ressources					Total
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
	TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S3	180							28
SAE3.01	Pilotage d'un projet en déployant les techniques de commercialisation	16	12						0
Portfolio	Portfolio-S3	8	8						0
	TOTAL SAE TRONC COMMUN S3	24	20						
	TOTAL TRONC COMMUN	204	20						
	PARCOURS MDEE								
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
	PARCOURS MMPV								38
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
	PARCOURS BDMRC								38
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
	PARCOURS SME								38
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
	TOTAL RESSOURCES PARCOURS S3	24							38
	TOTAL SAE PARCOURS S3	56	48						
	TOTAL PARCOURS S3	80	48						
	TOTAL S3	284	68						66

SEMESTRE 4				Répartition des coefficients par compétence					
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	Heures PT	Coefficients ressources					Total
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
	TOTAL RESSOURCES TRONC COMMUN S4	84							19
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			3
Portfolio	Portfolio-S4	12	12	1	1	1	1	1	5
	TOTAL SAE TRONC COMMUN S4	36	68						11
	TOTAL TRONC COMMUN	120	68						
	PARCOURS MDEE								
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
	PARCOURS MMPV								22
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
	PARCOURS BDMRC								22
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
	PARCOURS SME								22
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
	TOTAL RESSOURCES PARCOURS S4	36							22
	TOTAL SAE PARCOURS S4	24	24						
	TOTAL PARCOURS S4	60	24						
	TOTAL S4	180	92						52

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 : 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
	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	
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
	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	

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

SEMESTRE 5				Répartition des coeffs par compétence				
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	Heures PT	Coefficients ressources				Total
				UE5.1	UE5.2	UE5.4	UE5.5	
R5.01	Stratégie d'entreprise-1	16		3				3
R5.02	Négocier dans des contextes spécifiques-1	16			3			3
R5.03	Financement et régulation de l'économie	12		2				2
R5.04	Droit des activités commerciales-2	12		1	1			2
R5.05	Analyse financière	12		1	1			2
R5.06	Anglais appliqué au commerce-5	12		0,5	0,5	0,5	0,5	2
R5.07	LVB appliquée au commerce 5	12		0,5	0,5	0,5	0,5	2
R5.08	Expression Communication Culture 5	16		1	1			2
R5.09	PPP-5	8		0,5	0,5	0,5	0,5	2
Portfolio	Portfolio	16	16					0
TOTAL TRONC COMMUN S5		132	16					20
PARCOURS MDEE								
R5.MDEE.10	RCN appliquées au marketing digital à l'e-business et à l'entrepreneuriat	12				0,5	0,5	1
R5.MDEE.11	Management de la créativité et de l'innovation	12					1,5	1,5
R5.MDEE.12	Référencement	16				1,5		1,5
R5.MDEE.13	Stratégie social media et e-CRM	15				1,5		1,5
R5.MDEE.14	Business model-2	14					2	2
R5.MDEE.15	Stratégie de contenu et rédaction web	15				1		1
R5.MDEE.16	Logistique et supply chain	12				0,5	1	1,5
SAE5.MDEE.01	Développement d'un projet digital + SPOC Transition écologique	64	84	8	8	7	7	30
PARCOURS MMPV								40
R5.MMPV.10	RCN appliquées au marketing et management du point de vente	12				0,5	0,5	1
R5.MMPV.11	Parcours expérience client	28					3	3
R5.MMPV.12	Management d'équipe-2	12				3		3
R5.MMPV.13	Supply chain	12					1	1
R5.MMPV.14	Droit de la distribution	16					1	1
R5.MMPV.15	Trade marketing	16					1	1
SAE5.MMPV.01	Approche omnicanal du point de vente + SPOC Transition écologique	64	84	8	8	7	7	30
PARCOURS BDMRC								40
R5.BDMRC.10	RCN appliquées au business développement et au management de la relation client	12				0,5	0,5	1
R5.BDMRC.11	Développement des pratiques managériales	20				2	0	2
R5.BDMRC.12	Management de la valeur client	20				0	2	2
R5.BDMRC.13	Marketing des services	24				0	3	3
R5.BDMRC.14	Pilotage de l'équipe commerciale	20				2	0	2
SAE5.BDMRC.01	Mise en oeuvre et pilotage de la stratégie client d'une entreprise + SPOC Transition écologique	64	84	8	8	7	7	30
PARCOURS SME								40
R5.SME.10	RCN appliquées à la stratégie de marque et à l'événementiel	12				0,5	0,5	1
R5.SME.11	Stratégie de développement de marque-1	14				2		2
R5.SME.12	Marketing digital de la marque	15				2,5		2,5
R5.SME.13	Gestion commerciale-2	8					0,5	0,5
R5.SME.14	Organisation et logistique-2	12					1	1
R5.SME.15	Conception graphique	20					1,5	1,5
R5.SME.16	Marketing de l'événementiel-2	15					1,5	1,5
SAE5.SME.01	Projet de communication événementiel + SPOC Transition écologique	64	84	8	8	7	7	30
TOTAL RESSOURCES PARCOURS S5								40
TOTAL SAE PARCOURS S5		96						
TOTAL PARCOURS S5		64	84					
TOTAL S5		160	84					
TOTAL S5		292	100					60
SEMESTRE 6				Répartition des coeffs par compétence				
Code ressource	TRONC COMMUN	Heures	Heures PT	Coefficients ressources				Total
				UE6.1	UE6.2	UE6.4	UE6.5	
R6.01	Stratégie d'entreprise 2	12		2				2
R6.02	Négocier dans des contextes spécifiques 2	12			2			2
Portfolio	Portfolio	16	52	1	1	1	1	4
TOTAL TRONC COMMUN S6		40	52					8
PARCOURS MDEE								
R6.MDEE.03	Trafic management - Analyse d'audience	16				4		4
R6.MDEE.04	Formalisation et sécurisation d'un business model	12					4	4
Stage MDEE	activité entreprise	16	48	2	2	5	5	14
PARCOURS MMPV								22
R6.MMPV.03	Droit du travail et relations sociales dans l'entreprise	12				4		4
R6.MMPV.04	Prise de décision - pilotage	16					4	4
Stage MMPV	activité entreprise	16	48	2	2	5	5	14
PARCOURS BDMRC								22
R6.BDMRC.03	Management des comptes-clés (KAM)	16				4		4
R6.BDMRC.04	Nouveaux comportements des clients	12					4	4
Stage BDMRC	activité entreprise	16	48	2	2	5	5	14
PARCOURS SME								22
R6.SME.03	Stratégie de développement de marque	12				4		4
R6.SME.04	Événementiel sectoriel	16					4	4
Stage SME	activité entreprise	16	48	2	2	5	5	14
TOTAL RESSOURCES PARCOURS S6								22
TOTAL SAE PARCOURS S6		28						
TOTAL PARCOURS S6		16	48					
TOTAL S6		44	48					
TOTAL S6		84	100					30

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 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