

BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES

PROFIL DU CANDIDAT

- ☞ Forte motivation,
- ☞ Goût des contacts humains,
- ☞ Esprit d'initiative,

- ☞ Ténacité,
- ☞ Dynamisme,
- ☞ Disponibilité.

PROGRAMME SUR DEUX ANS

Français et culture générale

L'objectif est de rendre les candidats aptes à une communication efficace dans la vie courante et dans la vie professionnelle à tous les niveaux : *relations dans l'entreprise et à l'extérieur, relations avec la clientèle ou la hiérarchie*. Le but est aussi d'améliorer l'expression écrite et orale, de façon à rendre les candidats capables de rédiger rapports et notes de synthèse, et de faire des exposés sur des sujets d'actualité. Les techniques du résumé, de la contraction de textes et de la synthèse de documents préparent à l'épreuve écrite de l'examen.

Langue vivante

Etude du vocabulaire commercial usuel et du vocabulaire économique.

Travaux pratiques: Entraînement à l'expression orale et l'expression écrite appliquée aux problèmes professionnels. Lecture de revues et journaux étrangers. Rédaction de courriers commerciaux.

Economie générale

La coordination des décisions économiques par l'échange (*L'échange sur les marchés, la dimension internationale de l'échange*). La création de richesses et la croissance économique (*Les finalités de la croissance, la dynamique de la croissance*). La répartition des richesses (*Les inégalités de revenus et de patrimoine des ménages, la politique de redistribution, la répartition des richesses au niveau mondial*). Le financement des activités économiques (*Les différentes modalités de financement, le marché financier et son rôle économique, les institutions financières et leur rôle, la globalisation financière*). La politique économique européenne. La gouvernance économique mondiale (*La régulation du marché, la coopération internationale*).

Management des entreprises

Entreprendre et diriger (*Entreprendre et gérer, finaliser, mobiliser et évaluer, diriger et décider*). Elaborer une stratégie (*Définir une démarche stratégique, établir un diagnostic stratégique, effectuer des choix stratégiques*). Adapter la structure (*Choisir une structure, faire évoluer la structure*). Mobiliser les ressources (*Mobiliser les ressources humaines,*

optimiser les ressources technologiques et la connaissance, financer les activités).

Droit

L'individu au travail (*Les régimes juridiques de l'activité professionnelle, l'adaptation aux évolutions de l'activité professionnelle, l'adaptation de la relation de travail par le droit négocié*). Les structures et les organisations (*Le choix d'une structure juridique, la pérennité de l'entreprise*). Le contrat, support de l'activité de l'entreprise (*Les relations contractuelles entre partenaires privés, les relations contractuelles avec la personne publique*). L'immatériel dans les relations économiques (*Le contrat électronique, les productions immatérielles, l'immatériel et la protection de la personne*). L'entreprise face au risque (*L'identification du risque pour protéger, l'identification du risque pour éviter sa réalisation*).

Mercatique

Les bases de la mercatique: La démarche mercatique. Le marché des produits et services.

La relation commerciale: Son contexte. Le marché. La mercatique opérationnelle de l'unité commerciale. Son contexte organisationnel. L'évaluation de ses performances.

La mercatique des réseaux d'unités commerciales: Les réseaux d'unités commerciales. Leur stratégie.

Management des unités commerciales

Les fondements du management: L'organisation. L'individu dans l'organisation. Le management.

Le manager de l'unité commerciale: Les missions du manager. Les outils du manager.

Le management de l'équipe de l'unité commerciale: Le contexte réglementaire. L'équipe commerciale. Sa constitution et son évolution. La valorisation de son potentiel. Sa rémunération.

L'organisation de l'équipe: L'organisation du travail. L'animation de l'équipe.

Le management de projet.

Gestion des unités commerciales

Gestion courante de l'unité commerciale: Le cycle d'exploitation. Les opérations de règlement. Les relations avec

les banques. Les stocks. La trésorerie. L'analyse de l'exploitation.

Gestion des investissements : La notion d'investissement. Les ressources internes et externes de financement des investissements. La rentabilité des investissements.

Gestion de l'offre de l'unité commerciale : Les coûts. La fixation des prix.

Gestion prévisionnelle : La démarche budgétaire. Les méthodes de prévision. Les budgets.

Evaluation des performances de l'unité commerciale : Tableaux de bord. Gestion des risques.

Communication

Introduction à la communication : Les enjeux. Les formes de communication.

La communication dans la relation interpersonnelle : Les acteurs. Les relations entre les acteurs. L'impact de

l'environnement social. L'efficacité relationnelle. La communication professionnelle.

La communication dans la relation managériale : Les spécificités de la communication managériale. La communication et le management de projet.

La communication dans la relation commerciale : Le diagnostic de la situation. Les spécificités de la communication dans la relation commerciale.

Informatique commerciale

L'information commerciale. L'organisation de l'information. Le travail collaboratif. Informatique appliquée à la gestion de la relation avec la clientèle. Informatique appliquée à la gestion de l'offre et de l'unité commerciale. Présentation et diffusion de l'information commerciale.

STAGES

Immersion en milieu professionnel d'une durée totale de **12 à 14 semaines** réparties entre les 2 années de formation. Missions professionnelles préparatoires : de **10 à 20 demi journées maximum par année**. Ces périodes d'activité sur le terrain donnent lieu à plusieurs missions commerciales appliquées avec recherche de la plus grande responsabilité.

REGLEMENT D'EXAMEN

NATURE DES EPREUVES	MODE	DUREE	COEFF.
E1. Culture générale et expression	ECRIT	4 h	3
E2. Langue vivante 1	ECRIT	2 h	1,5
	ORAL	20 min*	1,5
E3. Economie, droit et management Economie et droit Management des entreprises	ECRIT	3 h	3
	ECRIT	3 h	3
E4. Management et gestion des unités commerciales	ECRIT	5h	4
E5. Analyse et conduite de la relation commerciale	ORAL	45 min*	4
E6. Projet de développement d'une unité commerciale	ORAL	40 min	4

* Epreuve précédée d'un temps égal de préparation.

APRES VOTRE BTS ? VOUS POUVEZ :

☞ **Intégrer une 3^{ème} année de spécialisation post-BTS** : Préparation au Diplôme Européen d'Etudes Supérieures de Marketing (D.E.E.S.M.A.) ou Diplôme Européen d'Etudes Supérieures de Finance (D.E.E.S.F.I.) ou Diplôme Européen d'Etudes Supérieures Assistant de Direction (D.E.E.S.A.D) ou Diplôme Européen d'Etudes Supérieures Assistant de Gestion Ressources Humaines (D.E.E.S.A.R.H).

☞ **Entrer dans la vie professionnelle** : Plusieurs secteurs d'activité s'ouvrent aux titulaires d'un BTS MUC :

- Les entreprises de distribution des secteurs alimentaires ou spécialisés,
- Les unités commerciales d'entreprises de production,
- Les entreprises de commerce électronique,
- Les entreprises de prestation de services (location, communication, transport...).