Institut Universitaire de Technologie de l'Oise

BUT Techniques de commercialisation

Présentation

Parcours

Business développement et management de la relation client (BUT 2 - BUT 3)

Marketing digital, e-business et entrepreneuriat (BUT 2 - BUT 3)

Marketing et management du point de vente (BUT 2 - BUT 3)

Stratégie de marque et événementiel (BUT 2 - BUT 3)

Objectifs

Les objectifs de la formation BUT TC et de ses 5 spécialités proposées :

Le BUT TC a pour vocation de former des techniciens supérieurs spécialisés susceptibles de s'intégrer tant dans des entreprises industrielles, commerciales que des administrations ou associations.

A l'issue d'une première année plus généraliste, l'apprenant devra choisir entre plusieurs spécialités :

- Marketing digital, E-business & entreprenariat (parcours proposé sur le campus de Beauvais : en formation initiale, et sur le campus de Creil : en formation initiale ou en alternance)

- Business international : achat et vente (NB : parcours non proposé à l'IUT de l'Oise)

- Business développement et management de la relation client (parcours proposé sur le campus de Beauvais : en formation initiale ou en alternance, et sur le campus de Creil : en alternance)

- Marketing et management du point de vente (parcours proposé sur le campus de Beauvais, en formation initiale)

- Stratégie de marque et événementiel (parcours proposé sur le campus de Creil, en formation initiale)

Compétences

Modalités de formation

FORMATION INITIALE

FORMATION CONTINUE

EN ALTERNANCE

Informations pratiques

Lieux de la formation
Institut Universitaire de Technologie de l'Oise (site de Beauvais)
Institut Universitaire de Technologie de l'Oise (site de Creil)

Contacts Formation Initiale

Secrétariat TC-Beauvais

03 44 06 88 68

tc.beauvais@u-picardie.fr

IUT de l'Oise, Campus de Beauvais, 54 boulevard Saint-André
60000 Beauvais
France

Plus d'informations

Institut Universitaire de

La formation BUT « Techniques de Commercialisation » est organisée autour de 3 blocs de compétences communs :

- MARKETING : conduire des actions marketing en mettant en oeuvre un plan marketing stratégique, élaborer une offre produit-service, distribuer par les canaux adéquats, adopter une posture citoyenne.
- VENTE : vendre une offre commerciale, mener une négociation commerciale, développer la performance commerciale au regard des objectifs attendus, conduire une action de prospection adaptée, maîtriser la communication verbale et non verbale.
- COMMUNICATION COMMERCIALE : communiquer l'offre commerciale en définissant et mettant en oeuvre la communication commerciale d'une organisation ou d'un produit et l'animer.

Technologie de l'Oise (site de Beauvais)

54 bd Saint-André
60000 Beauvais
France

https://iut-oise.u-picardie.fr/

Le choix du parcours en 2ème année induit une spécialisation progressive :

- Business international : achat et vente (NB : parcours non proposé à l'IUT de l'Oise)

Ce parcours vise à former les étudiants au marketing et commerce à l'international en développant deux compétences spécifiques :

- **Formuler une stratégie de commerce à l'international** : évaluation de l'environnement international et sélection des marchés les plus adaptés à son internationalisation
- **Piloter les opérations à l'international** : achats et négociations en vue d'une internationalisation de l'entreprise et adaptation de son offre aux marchés étrangers -

- Business développement et management de la relation client (NB : parcours proposé sur le campus de Beauvais : en formation initiale ou en alternance, et sur le campus de Creil : en alternance)

Ce parcours vise à former les étudiants au développement de l'activité commerciale tout en veillant à la satisfaction client pour bâtir une relation durable. Ce parcours repose sur deux compétences spécifiques :

- **Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation**
- **Manager la relation client**

- Stratégie de marque et évènementiel (NB : parcours proposé sur le campus de Creil, en formation initiale)

Ce parcours vise à former les étudiants au management de la marque (Branding management) en développant deux compétences spécifiques :

- **Élaborer une identité de marque** : valorisation de la marque, à travers l'élaboration de contenus pour une marque et le suivi des relations médias, publiques et presse
- **Manager un projet événementiel** : pilotage et gestion des projets événementiels autour de la marque

- Marketing et management du point de vente (NB : parcours proposé sur le campus de Beauvais, en formation initiale)

Ce parcours vise à former les étudiants autour de deux compétences spécifiques :

- manager une équipe commerciale sur un espace de vente
- piloter un espace de vente

- Marketing digital, E-business & entreprenariat (NB : parcours proposé sur le campus de Beauvais : en formation initiale, et sur le campus de Creil : en formation initiale ou en alternance)

Ce parcours vise à former les étudiants autour de deux compétences spécifiques :

- gérer une activité digitale
- développer un projet e-business

Autres informations (FI)

Les étudiants du BUT TC participent au « concours Négociation » organisé avec les autres départements d'études TC de la région (Beauvais, Creil, Laon, Amiens, Reims).

Le BUT TC de l'IUT de l'Oise propose en complément la préparation à la certification en anglais avec le TOEIC (Test Of English for International Communication) et à la certification du projet Voltaire (orthographe, expression).

Le BUT est un diplôme qui conduit immédiatement vers le marché du travail. Au bout de la deuxième année de BUT, qui dure trois ans, il est possible pour l'étudiant de valider un DUT (120 ECTS), qui reste un diplôme reconnu et recherché des entreprises.

Organisation

Organisation

La formation du BUT TC se répartit sur trois années universitaires (six semestres).

La formation comprend 1800 heures d'enseignement encadré.

A ces enseignements s'ajoutent 600 heures de projet faisant l'objet d'un tutorat en IUT,

ainsi que 22 à 26 semaines de stages réparties sur les 3 années (1ère année de BUT : 4 semaines ; 2ème année - semestre 4 : 8 semaines ; 3ème année : 16 semaines).

Les étudiants peuvent également suivre la formation en alternance dès la 1ère année du BUT TC.

Contrôle des connaissances

La formation BUT TC correspond à 1800 heures de cours (CM, TD, TP) + 600 heures de projet + des périodes en entreprise (stages).

Les modalités d'évaluation sont le contrôle continu tout au long des six semestres.

L'évaluation peut prendre la forme de devoirs écrits, d'oraux, de rapports individuels ou en groupe, d'exposés, etc.

L'assiduité est obligatoire. En complément, l'étudiant doit fournir un travail personnel régulier.

Le BUT induit une capitalisation des Unités d'Enseignement et 180 ECTS (crédits) à l'issue des 3 années de formation.

Responsable(s) pédagogique(s)

Thierry DEFFARGES

03 44 06 88 68

tc.beauvais@u-picardie.fr

IUT de l'Oise, Campus de Beauvais, 54 Boulevard Saint-André
60000 Beauvais
France

Programme

Programmes

(pour annexe)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS

Bonus Optionnel BUT 1 Semestre 1					
Bonus Optionnel BUT 1 Semestre 2					
Compétence 1 Marketing - Niveau 1					22
UE 11					11
Portfolio S1	6		3	3	
R1-11 Langue A : anglais du commerce 1	18		10	8	
R1-12 LVB du commerce 1	18		10	8	
R1-13 Ressources et culture numériques 1	24		24		
R1-14 Expression, Communication et Culture 1	22		16	6	
R1-15 PPP1 Projet Personnel et Professionnel 1	12		6	6	
R1-1 Fondamentaux du marketing	32	10	22		
R1-4 Etudes marketing 1	18	6	12		
R1-5 Environnement économique de l'entreprise	22	8	14		
R1-6 Environnement juridique de l'entreprise	22	8	14		
R1-7 Techniques quantitatives et représentations 1	20	8	12		
R1-8 Eléments financiers de l'entreprise	16	6	10		
R1-9 Rôle et organisation de l'entreprise sur son marché	18	6	12		
SAE1-1 Marketing - Positionnement offre simple sur un marché	18		18		
UE 21					11
Stage S2	3		3		
Portfolio S2	6		6		
R2-10 Gestion et conduite de projet	10		10		
R2-11 Langue A - Anglais du commerce 2	20		12	8	
R2-12 Langue B du commerce 2	20		12	8	
R2-13 Ressources et culture numériques 2	18		10	8	
R2-14 Expression, Communication et Culture 2	20		12	8	
R2-15 PPP2 Projet Personnel et Professionnel 2	6		6		
R2-1 Marketing mix 1	20	8	12		
R2-4 Etudes marketing 2	18	6	12		
R2-5 Relations contractuelles commerciales	20	8	12		
R2-6 Techniques quantitatives et représentations 2	20	6	10	4	

R2-7 Coûts, marges et prix d'une offre simple	20	8	12		
R2-8 Canaux de commercialisation et de distribution	16	6	10		
SAE2-1 Marketing : marketing mix	20		20		
SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC	8		8		
Compétence 2 Vente - Niveau 1					22
UE 12					11
Portfolio S1					
R1-10 Initiation à la conduite de projet	10		10		
R1-13 Ressources et culture numériques 1					
R1-14 Expression, Communication et Culture 1					
R1-15 PPP1 Projet Personnel et Professionnel 1					
R1-2 Fondamentaux de la vente	22		22		
R1-7 Techniques quantitatives et représentations 1					
R1-8 Eléments financiers de l'entreprise					
SAE1-2 Vente - Démarche de prospection	18		18		
UE 22					11
Stage S2					
Portfolio S2					
R2-10 Gestion et conduite de projet					
R2-11 Langue A - Anglais du commerce 2					
R2-12 Langue B du commerce 2					
R2-13 Ressources et culture numériques 2					
R2-14 Expression, Communication et Culture 2					
R2-15 PPP2 Projet Personnel et Professionnel 2					
R2-2 Prospection et négociation	22		22		
R2-5 Relations contractuelles commerciales					
R2-6 Techniques quantitatives et représentations 2					
R2-7 Coûts, marges et prix d'une offre simple					
R2-9 Psychologie sociale	18		18		
SAE2-2 Vente - Initiation au jeu de rôle de négociation	20		20		
SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC					

Compétence 3 Communication commerciale - Niveau 1					16
UE 13					8
Portfolio S1					
R1-10 Initiation à la conduite de projet					
R1-11 Langue A : anglais du commerce 1					
R1-12 LVB du commerce 1					
R1-13 Ressources et culture numériques 1					
R1-14 Expression, Communication et Culture 1					
R1-15 PPP1 Projet Personnel et Professionnel 1					
R1-3 Fondamentaux de la communication commerciale	22	6	16		
R1-4 Etudes marketing 1					
R1-6 Environnement juridique de l'entreprise					
SAE1-3 Com com - Création d'un support Print	18		18		
UE 23					8
Stage S2					
Portfolio S2					
R2-11 Langue A - Anglais du commerce 2					
R2-12 Langue B du commerce 2					
R2-13 Ressources et culture numériques 2					
R2-14 Expression, Communication et Culture 2					
R2-15 PPP2 Projet Personnel et Professionnel 2					
R2-3 Moyens de la communication commerciale	26	8	18		
R2-5 Relations contractuelles commerciales					
R2-6 Techniques quantitatives et représentations 2					
R2-7 Coûts, marges et prix d'une offre simple					
R2-9 Psychologie sociale					
SAE2-3 Com com : élaboration d'un plan de communication	20		20		
SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC					

Formation continue

A savoir

Niveau d'entrée : Niveau IV (BP, BT, Baccalauréat professionnel ou technologique)

Niveau de sortie : Niveau II (Licence ou maîtrise universitaire)

Références et certifications

Identifiant RNCP : 35354

Codes ROME : E1101 - Animation de site multimédia

E1103 - Communication

M1302 - Direction de petite ou moyenne entreprise

M1705 - Marketing

M1706 - Promotion des ventes

Codes FORMACODE : 34093 - Marketing digital

Codes NSF : 312 - Commerce, vente

Le 16/11/2026