Institut Universitaire de Technologie d'Amiens

BUT Techniques de commercialisation (Amiens)

Présentation

Parcours

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

Business international : achat et vente (BUT 2 - BUT 3, Amiens)

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

Stratégie de marque et évènementiel (BUT 2 - BUT 3, Amiens)

Compétences

Le BUT Techniques de Commercialisation apporte en outre des compétences communes en marketing, en vente et en communication. Maitrisant les méthodes d'études marketing, notre diplômé sait analyser un marché ou une entreprise et faire des recommandations stratégiques et opérationnelles. Connaissant les enjeux de la communication commerciale, il peut construire un plan de communication pertinent et le mettre en œuvre. Enfin, exercé aux techniques de négociation, il sait prospecter et mener des entretiens commerciaux adaptés aux divers interlocuteurs.

Compétences communes aux 4 parcours :

- Conduire les actions marketing
- Vendre une offre commerciale
- Communiquer l'offre commerciale

4 Parcours au choix :

- Marketing digital, e-business et entrepreneuriat (parcours proposé en alternance)
- Business international : achat et vente
- Business développement et management de la relation client (parcours proposé en alternance)
- Stratégie de marque et événementiel

Conditions d'accès

Le recrutement s'effectue sur dossier via la procédure ParcourSup.

Modalités de formation

FORMATION INITIALE

FORMATION CONTINUE

EN ALTERNANCE

Informations pratiques

Lieux de la formation
Institut Universitaire de Technologie d'Amiens

Volume horaire (FC)
462

Capacité d'accueil
180

Contacts Formation Initiale

Plus d'informations

Institut Universitaire de Technologie d'Amiens

Avenue des Facultés Le Bailly
80025 Amiens Cedex 1
France

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

Peuvent postuler:

Une mixité de bacheliers généraux et technologiques :

Bac général

Les spécialités les plus adaptées sont :

- Sciences Économiques et Sociales
- Mathématiques (ou mathématiques complémentaires en option)
- Numériques et Sciences Informatiques
- Histoire Géographie Géopolitiques et Sciences Politiques
- Littératures Langues et Cultures EtrangèresLes élèves dont le dossier est de qualité et qui relèvent d'autres spécialités pourront être admis en fonction de leur motivation et résultats académiques.

Bac Technologique

- STMG (toutes spécialités)Étudiants en premier cycle d'études supérieures-après une ou deux années de licence (L1 ou L2)après une ou deux années en classe préparatoire aux grandes écoles (CPGE ou «Prépa»)après une ou deux années en premier cycle d'école d'ingénieur «Prépa intégrée»)

Autres informations (FI)

A l'issue des 3 ans, obtention d'un diplôme d'État national, le Bachelor Universitaire de Technologie, de grade Licence (BAC+3).

Organisation

Organisation

La formation se déroule en **6 semestres** pour **un volume horaire de 1 800 heures** (avec en moyenne 30 heures par semaine) et permet d'acquérir 180 ECTS.

Les enseignements sont dispensés sous la forme de :

- **Ressources** : travaux dirigés (environ 28 étudiants) et de cours magistraux en amphithéâtre.
- **SAÉ** (Situation d'Apprentissage et d'Évaluation) : travaux en autonomie et stages (26 semaines réparties sur les 3 années d'études).

Les ressources et les SAÉ permettent d'acquérir des **compétences** dont l'acquisition est appréciée par contrôle continu pour chaque semestre.

Les enseignements sont assurés en partie par des universitaires ou des enseignants issus du secondaire et par des intervenants issus du monde professionnel.

L'assiduité à l'ensemble des activités pédagogiques est obligatoire.

La formation est proposée à **temps plein** et en **alternance** :

- En deux ans, les 2ème et 3ème année de B.U.T.
- En un an, la 3ème année de B.U.T.

Modalités de l'alternance

L/M/M en entreprise

J/V à l'IUT

Contrôle des connaissances

Le B.U.T. répond aux exigences du contrôle continu. Le contrôle continu implique une assiduité de l'étudiant qui collecte des notes obtenues par différents types de travaux en classe, de travaux personnels ou en groupe, et d'applications professionnelles.

Les compétences seront évaluées à travers des mises en situationpermettant de juger de la capacité de l'étudiant à mobiliser les connaissances acquises dans une mise en situation professionnelle donc un savoir-agir contextualisé.

Responsable(s) pédagogique(s)

Programme

Programmes

-	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	5		5		
R1-11 LVA1 Langue A - Anglais du commerce 1	25		25		
R1-12 LVB1 Langue B du commerce 1	21		21		
R1-13 RCN1 Ressources et culture numériques 1	24		24		
R1-14 ECC1 Expression, Communication et Culture 1	24		24		
R1-15 PPP1 Projet Personnel et Professionnel 1	15		15		
R1-1 FDMK Fondamentaux du marketing	40	20	20		
R1-4 EM1 Etudes marketing 1	20		20		
R1-5 ENVECO Environnement économique de l'entreprise	20	10	10		
R1-6 ENVJU Environnement juridique de l'entreprise	20	10	10		
R1-7 TQR1 Techniques quantitatives et représentations 1	20		20		
R1-8 ENVFI Eléments financiers de l'entreprise	15		15		
R1-9 ROE Rôle et organisation de l'entreprise	15		15		
SAE1-1 Marketing - Positionnement offre simple sur un marché	20		20		
UE 21					11
Portfolio S2	5		5		

R2-10 GCP Gestion et conduite de projet	10		10		
R2-11 LVA2 Langue A - Anglais du commerce 2	25		25		
R2-12 LVB2 Langue B du commerce 2	20		20		
R2-13 RCN2 Ressources et culture numériques 2	20		20		
R2-14 ECC2 Expression, Communication et Culture 2	25		25		
R2-15 PPP2 Projet Personnel et Professionnel 2	10		10		
R2-1 MKMIX Marketing mix	20	10	10		
R2-4 EM2 Etudes marketing 2	20	5	15		
R2-5 RCC Relations contractuelles commerciales	20	10	10		
R2-6 TQR2 Techniques quantitatives et représentations 2	25		25		
R2-7 COUTS Coûts, marges et prix d'une offre simple	20		20		
R2-8 CCD Canaux de commercialisation et de distribution	15	5	10		
SAE2-1 Marketing - Mix Marketing	28	10	18		
SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC	5		5		
Stage S2	5		5		
Compétence 2 Vente - Niveau 1					22
UE 12					11
Portfolio S1					
R1-10 ICP Initiation à la conduite de projet	8		8		
R1-13 RCN1 Ressources et culture numériques 1					
R1-14 ECC1 Expression, Communication et Culture 1					
R1-15 PPP1 Projet Personnel et Professionnel 1					
R1-2 FDVT Fondamentaux de la vente	28		28		
R1-7 TQR1 Techniques quantitatives et représentations 1					
R1-8 ENVFI Eléments financiers de l'entreprise					
SAE1-2 Vente - Démarche de prospection	15		15		
UE 22					11
Portfolio S2					
R2-10 GCP Gestion et conduite de projet					
R2-11 LVA2 Langue A - Anglais du commerce 2					
R2-12 LVB2 Langue B du commerce 2					

R2-13 RCN2 Ressources et culture numériques 2					
R2-14 ECC2 Expression, Communication et Culture 2					
R2-15 PPP2 Projet Personnel et Professionnel 2					
R2-2 NEGO Prospection et négociation	25		25		
R2-5 RCC Relations contractuelles commerciales					
R2-6 TQR2 Techniques quantitatives et représentations 2					
R2-7 COUTS Coûts, marges et prix d'une offre simple					
R2-9 PSYSO Psychologie sociale	20	10	10		
SAE2-2 Vente - Initiation au jeu de rôle de négociation	20		20		
SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC					
Stage S2					
Compétence 3 Communication commerciale - Niveau 1					16
UE 13					8
Portfolio S1					
R1-10 ICP Initiation à la conduite de projet					
R1-11 LVA1 Langue A - Anglais du commerce 1					
R1-12 LVB1 Langue B du commerce 1					
R1-13 RCN1 Ressources et culture numériques 1					
R1-14 ECC1 Expression, Communication et Culture 1					
R1-15 PPP1 Projet Personnel et Professionnel 1					
R1-3 FDCC Fondamentaux de la communication commerciale	20	10	10		
R1-4 EM1 Etudes marketing 1					
R1-6 ENVJU Environnement juridique de l'entreprise					
SAE1-3 Communication commerciale - Création support "Print"	20		20		
UE 23					8
Portfolio S2					
R2-11 LVA2 Langue A - Anglais du commerce 2					
R2-12 LVB2 Langue B du commerce 2					
R2-13 RCN2 Ressources et culture numériques 2					
R2-14 ECC2 Expression, Communication et Culture 2					
R2-15 PPP2 Projet Personnel et Professionnel 2					

R2-3 MOYCC Moyens de la communication commerciale	20	10	10		
R2-5 RCC Relations contractuelles commerciales					
R2-6 TQR2 Techniques quantitatives et représentations 2					
R2-7 COUTS Coûts, marges et prix d'une offre simple					
R2-9 PSYSO Psychologie sociale					
SAE2-3 Com com - élaboration plan communication commerciale	17		17		
SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC					
Stage S2					

Formation continue

A savoir

Niveau d'entrée : Niveau IV (BP, BT, Baccalauréat professionnel ou technologique)
Niveau de sortie : Niveau II (Licence ou maîtrise universitaire)
Prix total TTC : 9400/an

Conditions d'accès FC

- Personnes en reprise d'études, salariés, demandeurs d'emploi, VAE, ...
- Etre titulaire d'un diplôme de niveau bac + 2

Modalités de recrutement (FC)

Sélection sur Dossier PARCOURSUP+ et entretien

Calendrier et période de formation FC

Année 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

Contacts Formation Continue

Estelle Laurent

03 22 53 40 74
estelle.laurent@u-picardie.fr

Avenue des Facultés Le Bailly
80025 Amiens Cedex 1
France

Le 30/10/2026