

MANAGEMENT COMMERCIAL OPÉRATIONNEL

Durée : **2 ans** (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation)
Rythmes d'alternance : **1 semaine au CFA / 1 semaine en entreprise**
ou **2 jours au CFA / 3 jours en entreprise**
Rentrée : **début septembre**

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le titulaire du BTS Management commercial opérationnel est formé pour prendre la responsabilité d'une unité commerciale de petite taille ou d'une partie de structure plus importante (boutique, supermarché, agence commerciale, site Internet marchand...).

Il doit être capable de :

- Développer la relation client et la vente conseil
- Rechercher et exploiter les informations disponibles pour suivre et développer l'activité de l'unité commerciale
- Gérer et animer l'offre de produits et de services
- Assurer la gestion opérationnelle du point de vente
- Manager l'unité commerciale

PROGRAMME

Matières professionnelles :

- Bloc 1 - Développer la relation client et assurer la vente conseil - Unité 41
- Bloc 2 - Animer et dynamiser l'offre commerciale - Unité 42
- Bloc 3 - Assurer la gestion opérationnelle - Unité 5
- Bloc 4 - Manager l'équipe commerciale - Unité 6

Matières générales :

- Bloc - Culture économique, juridique et managériale - Unité 3
- Bloc - Culture générale et expression - Unité 1
- Bloc - Langue vivante : compréhension de l'écrit et expression écrite - Unité 21
- Bloc - Langue vivante : compréhension de l'oral, production orale en continu et interaction - Unité 22

Le titulaire acquiert **120 ECTS** à l'obtention du diplôme.

MÉTHODES MOBILISÉES

Cours magistraux, études de cas, ateliers professionnels, travail collaboratif, environnement numérique de travail.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Au cours de l'année : devoirs sur table, devoirs maisons, QCM, examens blancs, oraux d'entraînements
- Obtention du diplôme : épreuve ponctuelle

PRÉ-REQUIS

Attendus nationaux de la plateforme d'inscription dans l'enseignement supérieur Parcoursup :

- Disposer de compétences relationnelles
- Disposer d'une appétence pour le conseil client, la mise en avant des produits, l'animation d'une équipe, la valorisation d'un lieu de vente
- Avoir la capacité d'évoluer dans des environnements numériques et digitalisés
- S'intéresser au management des entreprises, à leur stratégie marketing et commerciale, ainsi qu'à leur environnement économique et juridique
- Collaborer et travailler en équipe dans le cadre d'une démarche de projet
- Disposer de capacités d'organisation et d'autonomie
- Adopter des comportements et des codes professionnels

CONDITIONS D'ADMISSION

- Niveau de recrutement : titulaire d'un bac général, bac technologique STMG ou bac pro commerce
- Sélection des candidats sur dossier
- Tests de positionnement / Entretien individuel
- Admission définitive à la signature d'un contrat en alternance

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Chef de rayon, Directeur adjoint de magasin, Animateur des ventes, Chargé de clientèle, Conseiller commercial, Vendeur-conseil, Téléconseiller, Responsable e-commerce, Responsable d'agence, Manager de caisses, Chef des ventes, etc.

PARCOURS POST-DIPLÔME

- Insertion professionnelle
- Licence pro Management des activités commerciales
- Licence pro Commercialisation de produits et services
- L3 en Économie-gestion ou en Sciences de gestion