

BUT Stratégie de marque et événementiel - Formation en Apprentissage

Mention : Techniques de commercialisation [BUT]

Accessible en formation initiale ou en alternance.

Infos pratiques

- > Composante : IUT de Ville d'Avray
- > Ouvert en alternance : Oui
- > Formation accessible en : Contrat apprentissage, Contrat de professionnalisation, Formation continue , Formation initiale
- > Lieu d'enseignement : Nanterre
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Lien(s) vers des sites du diplôme : Site TC : <https://cva-tc.parisnanterre.fr/bachelor-universitaire-de-technologie-tc-972771.kjsp>, Livrets étudiants : <https://cva.parisnanterre.fr/livrets-etudiants-920436.kjsp>, Programme national TC : https://cache.media.education.gouv.fr/file/SP4-MESRI-26-5-2022/16/6/spe617_annexe25_1426166.pdf
- > Durée moyenne de la formation :
 - BUT 1 Techniques de commercialisation - Formation en Apprentissage : 0 h
 - BUT 2 Stratégie de marque et événementiel - Formation en Apprentissage : 0 h

Présentation

Présentation

Le B.U.T. TC offre une formation professionnalisante de haut niveau tout en préparant à la poursuite d'études

Le cursus s'articule autour de mises en situations professionnelles, de périodes en entreprise sous forme de stages (en France et à l'international) ou en alternance (possible dès la 1ère année), de projets professionnels et de nombreuses activités transversales (Serious game, masters de négociation, challenges de communication, études de cas,...).

Objectifs

Pour toute information concernant le BUT 1 TC, le programme, les objectifs, le référentiel, merci de consulter le programme national en cliquant sur le lien suivant :

https://cache.media.education.gouv.fr/file/SP4-MESRI-26-5-2022/16/6/spe617_annexe25_1426166.pdf

Les + de la formation

Les enseignements reçus par les étudiants sont très variés :

- * des matières de spécialités : marketing, négociation, distribution, communication commerciale, commerce international..
- * des matières transversales : droit, économie, gestion, expression-communication, langues vivantes, statistiques, technologies de l'information et de la communication, projet personnel et professionnel, etc.

Les étudiants sont formés par des équipes pluridisciplinaires : enseignants, enseignants chercheurs ou professionnels du secteur commercial. Cette approche à la fois universitaire et professionnelle permet aux diplômés d'intégrer le marché du travail ou de poursuivre des études.

Une équipe enseignante dynamique et investie avec des intervenants professionnels partageant leurs expériences du terrain, pour faire acquérir des compétences immédiatement mobilisables et assurer des enseignements et un suivi de qualité et personnalisé.

Organisation

Nb heures : 2600 h

Années : 3

Semestres : 6

ECTS : 180

2 Parcours à partir de la 2^{ème} année:

- * MARKETING DIGITAL, E-BUSINESS & ENTREPRENARIAT
- * STRATÉGIE DE MARQUE & ÉVÈNEMENTIEL

DUT :

1640 heures de cours répartis en 4 semestres sur le campus de l'Université de Nanterre. Enseignements répartis en unités d'enseignements (UE) portant sur diverses matières liées à la gestion commerciale, composées d'un ou plusieurs modules d'enseignement. Environ 30 heures par semaine.

Évaluation par contrôle continu des connaissances.

Projet tuteuré de 300 heures.

2 stages (4 semaines en 1ère année, 8 semaines en 2ème année).

Contrôle des connaissances

Session unique - Contrôle continu

Stage ou alternance

Ouvert en alternance

- > Type de contrat: Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation

Admission

Conditions d'admission

Le recrutement s'effectue sur dossier via la procédure Parcoursup. (www.parcoursup.fr)

Parcours universitaire sélectif.

- * Être titulaire du BAC général ou technologique.
- * LV Anglais + Espagnol ou Allemand
- * Candidature possible pour les réorientations après une année ou plus dans le supérieur.

Possibilité d'effectuer votre B.U.T en apprentissage

- * Dès la 1ère année ou en B.U.T2 ou B.U.T3
- * Recrutement via Parcoursup et avoir un contrat avec une entreprise.

Modalités de candidature

Le recrutement pour une intégration en 2ème et 3ème année s'effectue sur dossier (hors PARCOURSUP) et entretien

Et après

Poursuite d'études

La pluridisciplinarité de la formation TC est une base solide qui permet également aux étudiants de poursuivre leurs études : Master 1 orienté marketing-management communication; école supérieure de commerce.

Insertion professionnelle

Parcours 1 : Tous les métiers du marketing digital et du e-business et les métiers relatifs à la création de startup commerciale digitale : chargé d'études, chargé de communication digitale, chargé de marketing digital, community-manager, chargé de développement e-commerce, chargé de communication digitale...

Parcours 2 : Chargé de communication, Brand manager, Responsable marque, Coordinateur de marque, Assistant Content Manager, Activateur de marque, Chargé de projet événementiel...

Fiches métiers ROME

- > D1402: Relation commerciale grands comptes et entreprises
- > E1103: Communication
- > M1705: Marketing

Contact(s)

- > Marc Jaillot
Responsable pédagogique

mjaillot@parisnanterre.fr

> **Sophie Blot**

Contact administratif
s.blot@parisnanterre.fr

> **Nathalie Nantier**

Contact administratif
nnantier@parisnanterre.fr

Autres contacts

01.40.97.41.16

Secrétariat pédagogique :

secretariat-tc@liste.parisnanterre.fr

Direction du département :

Marc Jaillot

direction-tc@liste.parisnanterre.fr

Programme

BUT 1 Techniques de commercialisation - Formation en Apprentissage

Semestre 1	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE 11 Marketing	UE					11
Pôle ressources	EC					
R1.09 - Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur	EC					
R1.02 - Ressources et culture numériques - 1	EC					
R1.03 - Environnement juridique de l'entreprise	EC					
R1.04 - Expression, communication et culture - 1	EC					
R1.05 - Langue A Anglais du commerce - 1	EC					
R1.06 - Langue B du commerce - 1	EC					
R1.08 - Techniques quantitatives et représentations - 1	EC					
R1.10 - Etudes marketing - 1	EC					
R1.11 - Environnement économique de l'entreprise	EC					
R1.12 - Rôle et organisation de l'entreprise	EC					
R1.13 - Initiation à la conduite de projet	EC					
R1.14 - Eléments financiers de l'entreprise	EC					
R1.15 - PPP - 1	EC					
Pôle SAÉ	EC					
SAE 1.1 - Marketing	EC					
PORTFOLIO	EC					
UE 12 Vente	UE					11
Pôle ressources	EC					
R1.07 - Fondamentaux de la vente	EC					
R1.02 - Ressources et culture numériques - 1	EC					
R1.04 - Expression, communication et culture - 1	EC					
R1.05 - Langue A Anglais du commerce - 1	EC					
R1.06 - Langue B du commerce - 1	EC					
R1.08 - Techniques quantitatives et représentations - 1	EC					
R1.13 - Initiation à la conduite de projet	EC					
R1.14 - Eléments financiers de l'entreprise	EC					
R1.15 - PPP - 1	EC					
Pôle SAÉ	EC					
SAE 1.2 - Vente	EC					
UE 13 Communication commerciale	UE					8
Pôle ressources	EC					
R1.01 - Fondamentaux de la communication commerciale	EC					
R1.02 - Ressources et culture numériques - 1	EC					
R1.03 - Environnement juridique de l'entreprise	EC					
R1.04 - Expression, communication et culture - 1	EC					
R1.05 - Langue A Anglais du commerce - 1	EC					
R1.06 - Langue B du commerce - 1	EC					
R1.08 - Techniques quantitatives et représentations - 1	EC					
R1.10 - Etudes marketing - 1	EC					
R1.13 - Initiation à la conduite de projet	EC					
R1.15 - PPP - 1	EC					
Pôle SAÉ	EC					
SAE 1.3 - Communication commerciale	EC					
Semestre 2	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE 21 Marketing	UE					11
Pôle ressources	EC					
R2.10 - Marketing mix	EC					
4XV2REC2 - R2.04 - Ressources et culture numériques - 2	EC					
R2.05 - Coût, marges et prix d'une offre simple	EC					
R2.03 - Expression, communication et culture - 2	EC					

R2.07 - Langue A Anglais du commerce - 2	EC
R2.08 - Langue B du commerce - 2	EC
4XV2TEQ2 - R2.13 - Techniques quantitatives et représentations - 2	EC
R2.12 - Etudes marketing - 2	EC
R2.14 - Psychologie sociale	EC
R2.11 - Connaissance des canaux de commercialisation et distribution	EC
R2.02 - Gestion et conduite de projet	EC
4XV2RCC2 - R2.06 - Relations contractuelles commerciales	EC
R2.15 - PPP - 2	EC
Pôle SAÉ	EC
SAE 2.1 - Marketing	EC
SAE 2.4 - Projet transverse	EC
SAE 2.5 - Stage S2	EC
PORTFOLIO	EC

UE 22 Vente	UE	11
--------------------	----	----

Pôle ressources	EC
R2.09 - Prospection et négociation	EC
R2.04 - Ressources et culture numériques - 2	EC
4XV2CMPO - R2.05 - Coût, marges et prix d'une offre simple	EC
R2.03 - Expression, communication et culture - 2	EC
R2.07 - Langue A Anglais du commerce - 2	EC
R2.08 - Langue B du commerce - 2	EC
4XV2TEQ2 - R2.13 - Techniques quantitatives et représentations - 2	EC
R2.14 - Psychologie sociale	EC
R2.02 - Gestion et conduite de projet	EC
R2.06 - Relations contractuelles commerciales	EC
R2.15 - PPP - 2	EC
Pôle SAÉ	EC
SAE 2.2 - Vente	EC
SAE 2.4 - Projet transverse	EC
SAE 2.5 - Stage S2	EC
PORTFOLIO	EC

UE 23 Communication commerciale	UE	8
--	----	---

Pôle ressources	EC
R2.01 - Moyens de la communication commerciale	EC
4XV2REC2 - R2.04 - Ressources et culture numériques - 2	EC
4XV2CMPO - R2.05 - Coût, marges et prix d'une offre simple	EC
R2.03 - Expression, communication et culture - 2	EC
R2.07 - Langue A Anglais du commerce - 2	EC
R2.08 - Langue B du commerce - 2	EC
R2.13 - Techniques quantitatives et représentations - 2	EC
R2.14 - Psychologie sociale	EC
4XV2RCC2 - R2.06 - Relations contractuelles commerciales	EC
R2.15 - PPP - 2	EC
Pôle SAÉ	EC
SAE 2.3 - Communication commerciale	EC
SAE 2.4 - Projet transverse	EC
SAE 2.5 - Stage S2	EC
PORTFOLIO	EC

BUT 2 Stratégie de marque et événementiel - Formation en Apprentissage

Nature CM TD TP EAD Crédits