

Structure générale

Un B.U.T est défini par une spécialité et un parcours.
Les 24 spécialités de B.U.T. sont les 24 spécialités de DUT actuelles ; Les actuelles options de DUT vont disparaître au bénéfice de la création de parcours ;
Un parcours, dans une spécialité est défini par 4 à 6 compétences finales (par souci d'homogénéité et de lisibilité, privilégier 5 compétences), entendues comme des « savoirs agir complexes » mis en œuvre dans un contexte professionnel et qui mobilisent des ressources acquises au cours du cursus ;
Chaque compétence finale est déclinée par niveau tout au long du parcours. Chaque niveau se développe sur 2 semestres d'une même année ;
Chaque spécialité de B.U.T. proposera 1 à 5 parcours.
Les parcours sont des « spécialisations » progressives qui permettent de viser un champ de compétences particulier au sein d'une spécialité.
Le choix du parcours se fait à partir de la 2^{de} année. Seules 3 spécialités offrent des parcours dès la 1^{ère} année : Génie biologique, Information Communication, Carrières Sociales.

Organisation des enseignements

Le Bachelor Universitaire de Technologie comprend des activités de formation correspondant pour l'étudiant à l'équivalent de 2 000 heures d'enseignement encadré pour les spécialités du secteur d'activités « production », et de 1 800 heures d'enseignement encadré pour les spécialités du secteur d'activités « services ».
Des activités dirigées sont proposées aux étudiants. Elles correspondent à un total de 600 heures de projets tutorés et de 22 à 26 semaines de stages.
Les parcours conduisent à la licence professionnelle (au B.U.T.). Ils intègrent enseignements théoriques, enseignements pratiques, mises en situation professionnelle, apprentissage de méthodes et d'outils, périodes de formation en milieu professionnel, notamment stages et projets tutorés individuels ou collectifs.

Délivrance du diplôme

Le diplôme portant mention du « Bachelor Universitaire de Technologie » et de la spécialité correspondante, est délivré par le président de l'université. Le diplôme est délivré sur la base du contrôle continu. Une validation des connaissances est organisée à la fin de chaque semestre

(30 crédits par semestre). Le BUT correspond à 180 crédits européens soit un niveau bac + 3.

Les deux premières années du B.U.T. (les 120 ECTS correspondants) conduisent à la délivrance du DUT, diplôme intermédiaire de niveau de qualification 5. La délivrance du DUT est conditionnée à l'obtention des 120 premiers ECTS de la spécialité de B.U.T. équivalente.

Le B.U.T TC

Le B.U.T. Techniques de Commercialisation (TC) forme à tous les champs de métiers du commerce. Le diplômé B.U.T. TC est polyvalent et intervient dans toutes les étapes de la commercialisation : l'étude de marché, la stratégie marketing, la négociation achat-vente, la communication commerciale et la relation client.

Des compétences spécifiques sont développées à partir de la deuxième année selon le parcours suivi.

- **Parcours Marketing digital, e-business et entrepreneuriat** : Ce parcours vise à former les étudiants aux activités commerciales digitales des organisations en développant leurs compétences dans le pilotage et la gestion de ces activités d'une part [Gérer une activité digitale], et dans le développement de projet commercial digital pouvant mener à la création d'une start-up [Développer un projet e-business] d'autre part. Ce parcours permet de proposer un marketing intégrant efficacement les compétences digitales.
- **Parcours Business international : achat et vente** : Ce parcours vise à former les étudiants au marketing et commerce à l'international en développant leurs compétences stratégiques [évaluation de l'environnement international et sélection des marchés les plus adaptés à son internationalisation], et leurs compétences opérationnelles [achats et négociations en vue d'une internationalisation de l'entreprise et adaptation de son offre aux marchés étrangers] dans un contexte international.
- **Parcours Marketing et Management du point de vente** : Ce parcours vise à former les étudiants au management de l'espace de vente en axant la formation sur les deux dimensions majeures de l'activité : la fonction d'animation d'équipe d'une part [Manager une équipe commerciale sur un espace de vente], et de pilotage de l'espace de vente d'autre part [Piloter un espace de vente]
- **Parcours Business développement et management de la relation client** : 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. Dans le cadre de l'adaptation locale, ce parcours permettra également de former les étudiants à des spécificités sectorielles : banque, immobilier, marchés industriels, informatique, etc.

- **Stratégie de marque et évènementiel** : Ce parcours vise à former les étudiants au management de la marque (Branding management) en développant leurs compétences dans la valorisation de la marque, à travers l'élaboration de contenus pour une marque et le suivi des relations médias, publiques et presse [Élaborer une identité de marque] et leurs compétences dans le pilotage et la gestion des projets évènementiels autour de la marque notamment manager un projet évènementiel.

Le Bachelor Universitaire de Technologie (B.U.T.) Techniques de Commercialisation forme les étudiants aux métiers de la vente, du marketing, de la communication et de la distribution destinée au grand public.

En 1ère année les étudiants vont suivre des enseignements communs centrés autour de 3 blocs de compétence : le marketing, la vente, la communication commerciale.

En 2ème année, les étudiants poursuivent l'étude des matières composant le socle commun de gestion. Ils sont par ailleurs invités à se spécialiser dans un domaine de gestion.

- **Parcours « Marketing digital, e-business et entrepreneuriat »** : Gérer une activité digitale, Développer un projet e-business.
- **Parcours « Business international : achat et vente »** : Formuler une stratégie de commerce à l'international, Piloter les opérations à l'international
- **Parcours « Marketing et management du point de vente »** : Manager une équipe commerciale sur un espace de vente, Piloter un espace de vente
- **Parcours « Business développement et management de la relation client »** : Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation, Manager la relation client

Parcours « Stratégie de marque et évènementiel » : Élaborer une identité de marque, Manager un projet évènementiel

Profil des candidats

- Titulaires du baccalauréat de voie générale enseignements de spécialités privilégiés en plus des enseignements communs : Histoire-géographie, géopolitique et sciences politiques - Langues,

littératures et philosophie - Mathématiques Sciences économiques et sociales

- Titulaires du baccalauréat de voie technologique STMG

Compétences

Compétences générales

- Avoir une maîtrise du français permettant de communiquer de façon adaptée à l'écrit et à l'oral, notamment en public, de comprendre un énoncé, de l'analyser et de rédiger une solution,
- Avoir une connaissance suffisante de l'anglais et d'une seconde langue vivante permettant de progresser pendant la formation : échanger à l'oral, lire et comprendre un texte, répondre aux questions écrites et orales,
- Être capable de rechercher, structurer, analyser des informations issues de sources documentaires variées (presse, Internet, médias...),
- Détenir un bon niveau de culture générale : faire preuve de curiosité et d'ouverture sur les enjeux sociaux, politiques et économiques du monde contemporain,
- Savoir mobiliser ses connaissances et développer un sens critique.

Compétences techniques et scientifiques

- Connaître, mobiliser et utiliser avec efficacité les calculs fondamentaux et les outils quantitatifs,
- Savoir mobiliser ses connaissances pour répondre à une résolution de problème,
- Être capable d'évoluer dans un environnement numérique et détenir des connaissances de base en bureautique.

Qualités humaines

- Avoir une première réflexion sur son projet professionnel,
- Avoir l'esprit d'équipe et savoir s'intégrer dans les travaux de groupe via les projets et les travaux pratiques,
- Avoir le sens pratique, être attentif et rigoureux,
- Montrer son intérêt et sa motivation pour les domaines relevant du marketing, du commerce et de la communication,
- Savoir s'impliquer et s'organiser dans ses études (ou gérer sa charge de travail) pour fournir le travail nécessaire à sa réussite en autonomie.

Enseignement

Stage

Les étudiants accomplissent pendant leur formation 10 à 12 semaines de stage sur les 4 premiers semestres, puis 12 à 14 semaines sur la dernière année (dans la limite 22 à 26 semaines pour l'ensemble du B.U.T.). Chaque stage donne lieu à la rédaction d'un rapport qui doit être présenté lors d'une soutenance. Il permet de mettre en pratique les acquis de la formation, de s'intégrer dans une entreprise. Les stages peuvent être effectués à l'étranger.

Débouchés professionnels

Les étudiants pourront pratiquer et développer leurs compétences acquises dans des missions d'encadrement dans des entreprises commerciales ou industrielles aussi bien en France qu'à l'étranger. Les métiers accessibles après la formation sont :

- **Parcours « Marketing digital, e-business et entrepreneuriat »** : Tous les métiers du marketing digital et du e-business + Création de startup commerciale digitale
- **Parcours « Business international : achat et vente »** : Tous les métiers du Commerce International
- **Parcours « Marketing et management du point de vente »** : Tous les métiers de la Distribution : Retail manager, manager de rayon, gestionnaire de point de vente...
- **Parcours « Business développement et management de la relation client »** : Tous les métiers du développement commercial et du management de la relation client : Business developer (chargé d'affaires), Gestionnaire de portefeuille clients, ...
- **Parcours « Stratégie de marque et événementiel »** : Tous les métiers du Branding (Management de la marque) tels que Brand manager, Assistant Content Manager (Responsable de contenu), Activateur de marque, et Chargé de projet événementiel

Poursuite d'études

Les étudiants seront diplômés d'un Bac+3 avec 180 ECTS (Crédits Européens), ils pourront poursuivre leurs études en Master 1, IAE, Ecoles de commerces.

Etablissements

- **Parcours « Marketing digital, e-business et entrepreneuriat »**
 - ✓ I.U.T Perpignan
 - ✓ I.U.T Montpellier-Sète
 - ✓ I.U.T Béziers
- **Parcours « Business international : achat et vente »**
 - ✓ I.U.T Montpellier-Sète
 - ✓ I.U.T Béziers
- **Parcours « Marketing et management du point de vente »**
 - ✓ I.U.T Perpignan
 - ✓ I.U.T Béziers
- **Parcours « Business développement et management de la relation client »**
 - ✓ I.U.T Montpellier-Sète
- **Parcours « Stratégie de marque et événementiel »**
 - ✓ I.U.T Bayonne
 - ✓ I.U.T Annecy

Les C.I.O e Occitanie

N'hésitez pas à rencontrer un psychologue de l'Education Nationale (PSY-EN).

Les centres d'information et d'orientation dans l'académie de Montpellier

Alès
04 66 56 46 70 - ce.0300061d@ac-montpellier.fr

Bagnols sur Cèze
04 66 89 53 93- ce.0300992r@ac-montpellier.fr

Béziers
04 67 62 45 04 - ce.0340097w@ac-montpellier.fr

Carcassonne
04 34 42 91 90 - ce.0110035d@ac-montpellier.fr

Castelnaudary
04 34 42 91 88 - ce.0110843g@ac-montpellier.fr

Céret
04 68 87 02 07 - ce.0660575s@ac-montpellier.fr

Lunel
04 67 83 56 83 - ce.0341426r@ac-montpellier.fr

Mende
04 30 43 51 95 - ce.0480020l@ac-montpellier.fr

Montpellier Celleneuve
04 67 75 74 50 - ce.0341619a@ac-montpellier.fr

Montpellier Centre
04 67 91 32 55 - ce.0340096v@ac-montpellier.fr

Montpellier Est

04 48 18 55 10 - ce.0341482b@ac-montpellier.fr

Narbonne

04 68 32 61 75 - ce.0110036e@ac-montpellier.fr

Nîmes Centre

04 49 05 80 80 - cio.nimescentre@ac-montpellier.fr

Nîmes Ouest

04 49 05 80 80 - cio.nimesouest@ac-montpellier.fr

Perpignan

04 11 64 23 66 - ce.0660667s@ac-montpellier.fr

Pézenas

04 48 18 55 75 - ce.0341033n@ac-montpellier.fr

Prades

04 68 05 32 00 - ce.0660463v@ac-montpellier.fr

Sète

04 67 18 34 18 - ce.0340098x@ac-montpellier.fr

CIO Saint-Gaudens

05 67 52 41 41 - cio.stgaudens@ac-toulouse.fr

CIO Tarbes

05 67 76 56 33 - cio.tarbes@ac-toulouse.fr

CIO Toulouse Centre

05.67.76.51.84 - cio.tlsecentre@ac-toulouse.fr

CIO Toulouse Mirail

05.67.52.41.63 - cio.tlsemirail@ac-toulouse.fr

CIO Toulouse Nord

05 67 52 41 80 - cio.tlsenord@ac-toulouse.fr

CIO Toulouse Rangueil

05 67 52 41 55 - cio.tlserangueil@ac-toulouse.fr

Les centres d'information et d'orientation dans l'académie de Toulouse

CIO Albi

Tél. 05 67 76 57 74 - cio.albi@ac-toulouse.fr

CIO Auch

05 62 05 65 20 - cio.auch@ac-toulouse.fr

CIO Cahors

Tél. 05.65.30.19.05 - cio.figeac@ac-toulouse.fr

CIO Castelsarrasin

05 36 25 74 99 - cio.castelsarrasin@ac-toulouse.fr

CIO Castres

Tél. 05 67 76 57 90 - cio.castres@ac-toulouse.fr

CIO Condom

05 67 76 51 82 - cio.condom@ac-toulouse.fr

CIO Decazeville

05 65 43 17 88 - cio.decazeville@ac-toulouse.fr

CIO Figeac

05 67 76 55 66 - cio.figeac@ac-toulouse.fr

CIO Foix

05 67 76 52 94 - cio.foix@ac-toulouse.fr

CIO Lourdes

05 67 76 56 43 - cio.lourdes@ac-toulouse.fr

CIO Millau

[05 65 60 98 20 - cio.millau@ac-toulouse.fr](mailto:cio.millau@ac-toulouse.fr)

CIO Montauban

05 63 66 12 66 - cio.montauban@ac-toulouse.fr

CIO Muret

05 67 52 40 72 - cio.muret@ac-toulouse.fr

CIO Pamiers

05 67 76 53 02 - cio.foix@ac-toulouse.fr

CIO Rodez

05 67 76 54 46 - cio.rodez@ac-toulouse.fr