



Validation Diplôme d'état
Durée de formation **1.200 heures**

FORMATION GENERALE (483 heures)

CULTURE GENERALE ET EXPRESSION

69 heures

Coefficient 3

Objectif : rendre les étudiants aptes à une communication efficace dans la vie courante et la vie professionnelle.

- CAPACITE A Communiquer par écrit ou oralement
- CAPACITE B S'informer, se documenter
- CAPACITE C Appréhender un message
- CAPACITE D Réaliser un message
- CAPACITE E Apprécier une situation

LANGUE VIVANTE ETRANGERE (anglais ou espagnol)

138 heures

Coefficient 3

Objectif : consolidation, extension, diversification et adaptation des acquis linguistiques.

- exploiter des textes et/ou des documents de nature diverse, à caractère professionnel
- s'exprimer par écrit dans la langue vivante choisie
- participer utilement à un dialogue conduit dans une perspective professionnelle

ECONOMIE – DROIT

276 heures

Coefficient 3

Objectif : rendre les étudiants aptes à :

- appréhender l'environnement économique, juridique et social et en percevoir l'évolution
- analyser une situation et poser un problème
- mener une réflexion et construire une argumentation

○ **Economie Générale (103 heures)**

a/ les acteurs de la vie économique et sociale et leurs comportements

- prix et revenus
- la monnaie et le financement de l'économie
- évolution et analyse des grandeurs globales de l'économie

b/ les principaux types d'économie

- les relations économiques internationales

- développement et croissance
- **Management des entreprises (103 heures)**
 - a/ finaliser et décider
 - entreprendre et diriger
 - élaborer une stratégie
 - b/ mettre en œuvre la stratégie
 - adapter la structure
 - mobiliser les ressources
- **Droit (70 heures)**
 - a/ Cadre de la vie juridique
 - les acteurs de la vie juridique
 - les droits et les biens
 - sources des obligations
 - b/ Structure juridique de l'entreprise
 - le cadre juridique des échanges
 - droit social

FORMATION PROFESSIONNELLE (717 heures)

MANAGEMENT ET GESTION DES UNITES COMMERCIALES

372 heures

(Unité U4) Coefficient 4

Cette épreuve écrite a pour objectif de vérifier l'aptitude du candidat à :

- analyser des problèmes de management de l'équipe commerciale et de gestion de l'unité commerciale à partir d'une situation professionnelle réelle
- choisir les méthodes et techniques appropriées et les mettre en œuvre
- proposer des situations réalistes permettant de résoudre efficacement les problèmes posés
- justifier les décisions en mobilisant les savoirs associés

- 1 – Le contexte organisationnel de la relation commerciale
- 2 – La stratégie mercatique des réseaux d'unités commerciales
- 3 – Les fondements du management
- 4 – Le manager de l'unité commerciale
- 5 – Le management de l'unité commerciale
- 6 – L'organisation de l'équipe
- 7 – La gestion des unités commerciales
- 8 – La communication dans les relations managériales

ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

207 heures

(Unité U5) Coefficient 4

Cette épreuve orale permet d'évaluer les aptitudes du candidat à prendre en responsabilité des activités courantes dans une unité commerciale et à mobiliser les savoirs associés à cette occasion.

- 1 – Les bases de la mercatique
- 2 – La relation commerciale
- 3 – Le contexte réglementaire

- 4 – L'équipe commerciale
- 5 – L'organisation de l'équipe
- 6 – La gestion de l'offre de l'unité commerciale
- 7 – La communication
- 8 – L'organisation de l'information
- 9 – L'informatique appliquée à la gestion de la relation commerciale
- 10 – La mise en place de l'offre dans l'unité commerciale
- 11 – La présentation et la diffusion de l'information commerciale.

PROJET DE DEVELOPPEMENT DE L'UNITE COMMERCIALE

138 heures

(Unité U6) Coefficient 4

Cette épreuve orale permet d'évaluer les aptitudes du candidat à prendre des décisions commerciales ayant une incidence directe sur le développement d'une unité commerciale.

Les projets de développement d'une unité commerciale relèvent essentiellement :

- du développement de la clientèle : accès à une nouvelle clientèle ou augmentation des achats des clients actuels
- du développement de l'offre de produits et/ou de services.

L'approche doit être professionnelle. Elle implique l'utilisation de méthodes d'analyse rigoureuses, d'outils et de techniques adaptés et en particulier de l'informatique.