

Techniques de commercialisation : Stratégie de marque et événementiel

RNCP41625 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	BUT — Bachelor universitaire de technologie
Code(s) NSF	312, 320
Formacode(s)	34554, 34052, 46340, 46341
Code(s) ROME	D1402, M1705, E1107, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2027

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE · SIRET : 13002806100013

UNIVERSITE GUSTAVE EIFFEL · SIRET : 13002612300013

CY CERGY PARIS UNIVERSITE · SIRET : 13002597600015

UNIVERSITE D'ORLEANS · SIRET : 19450855200016

UNIVERSITE D ARTOIS · SIRET : 19624401600016

UNIVERSITE DE LA REUNION · SIRET : 19974478000016

UNIVERSITE CLAUDE BERNARD LYON 1 · SIRET : 19691774400019

UNIVERSITE BOURGOGNE EUROPE · SIRET : 93823061200013

UNIVERSITE DE CORSE P PAOLI · SIRET : 19202664900264

UNIVERSITE SAVOIE MONT BLANC · SIRET : 19730858800015

UNIVERSITE D'ANGERS · SIRET : 19490970100303

UNIVERSITE DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE (URCA) · SIRET : 19511296600799

UNIVERSITE DE BORDEAUX · SIRET : 13001835100010

UNIVERSITE PARIS-SACLAY · SIRET : 13002602400054

<https://www.universite-paris-saclay.fr/>

UNIVERSITE DE LORRAINE · SIRET : 13001550600012

UNIVERSITE VERSAILLES ST QUENTIN YVELINE · SIRET : 19781944400013

UNIVERSITE PARIS EST CRETEIL VAL DE MARNE · SIRET : 19941111700013

UNIVERSITE D'AIX MARSEILLE · SIRET : 13001533200013

UNIVERSITE DE TOURS · SIRET : 19370800500478

UNIVERSITE DE PAU ET DES PAYS DE L'ADOUR (UPPA) · SIRET : 19640251500270

UNIVERSITE DE LILLE · SIRET : 13002975400012

UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE · SIRET : 19801344300017

UNIVERSITE DE TOULON · SIRET : 19830766200017

UNIVERSITE COTE D'AZUR · SIRET : 13002566100013

UNIVERSITE DE ROUEN NORMANDIE · SIRET : 19761904200017

UNIVERSITE DE CAEN NORMANDIE · SIRET : 19141408500016

UNIVERSITE DE POITIERS · SIRET : 19860856400375

UNIVERSITE POLYTECHNIQUE HAUTS-DE-FRANCE (UPHF) · SIRET : 13002574500014

UNIVERSITE PARIS NANTERRE · SIRET : 19921204400010

UNIVERSITE PARIS XIII PARIS NORD VILLETANEUSE · SIRET : 19931238000017

UNIVERSITE D'EVRY VAL D'ESSONNE · SIRET : 19911975100014

Partenaires habilités

7 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 4 à former et organiser l'évaluation et 3 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADESA	39333773800065	Former et organiser l'évaluation
ASS PROMO GESTION CTRE ENS SUP A EVRY	40292484900027	Former et organiser l'évaluation
CFA CCIR PARIS ILE DE FRANCE	13001727000898	Former
FORMASUP NORD-PAS DE CALAIS	42813525500050	Former et organiser l'évaluation
FORMASUP PROVENCE ALPES COTE D'AZUR	39391439500057	Former
SITE DE SARCELLES	13002597600114	Former et organiser l'évaluation
UNION UNIVERSITE ECONOMIE	41197343100033	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire du Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation intervient dans toutes les étapes de la commercialisation d'un bien ou d'un service : de l'étude de marché à la vente en passant par la stratégie marketing, la communication commerciale, la négociation et la relation client.

Il couvre les secteurs d'activités en lien avec les métiers de la vente, du marketing et de la communication. Il est polyvalent, autonome et évolutif.

Le titulaire du BUT Techniques de commercialisation : Stratégie de marque et événementiel est un spécialiste de la gestion des marques et de l'événementiel.

Il exerce son activité au sein de tout type d'entreprise industrielle, commerciale et de service ou d'organisation.

ACTIVITÉS VISÉES

Conduite des actions marketing

- en situation de développement d'un produit
- en situation de développement d'un service
- en situation de développement d'une activité non marchande

Vente d'une offre commerciale

- en situation de vente en Business to Client (B to C)
- en situation de vente en Business to Business (B to B)

Communication de l'offre commerciale

- en situation de communication de l'offre en tant qu'annonceur
- en situation de communication de l'offre en tant qu'agence de communication

Conception et élaboration d'une identité de marque

- en situation de promotion de l'identité de marque B to C
- en situation d'animation de l'identité de marque B to B
- en situation de réalisation d'un audit de marque interne et externe

Management d'un projet événementiel

- en situation de développement d'un projet événementiel accueillant du public
- en situation de développement d'un projet événementiel interne

- en situation de développement d'un projet événementiel piloté en tant que prestataire.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences spécifiques

Conduire des actions marketing

- en analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers -en évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché
- en quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur
- en analysant avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise
- en élaborant un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents
- en adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique.

Vendre une offre commerciale

- en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique.
- en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation
- en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation
- en prospectant à l'aide d'outils adaptés
- en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale.

Communiquer sur l'offre commerciale

- en élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix
- en utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation
- en produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs
- en respectant la réglementation en vigueur.

Élaborer une identité de marque

- en analysant de manière pertinente l'image et les territoires de la marque
- en déterminant judicieusement les valeurs et composantes essentielles de la marque
- en mettant en place des actions pour valoriser l'image de marque
- en mesurant correctement l'efficacité de la stratégie de marque (image voulue, image perçue).

Manager un projet événementiel

- en s'adaptant aux besoins du commanditaire de manière optimale
- en utilisant efficacement les outils de gestion de projet et de management d'équipe
- en mettant en œuvre des outils de communication et de commercialisation adaptés
- en respectant les contraintes juridiques, budgétaires et logistiques.

Compétences transversales

Se servir du numérique

- en utilisant les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.

Exploiter les données à des fins d'analyse

- en identifiant, sélectionnant et analysant avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- en analysant et synthétisant des données en vue de leur exploitation
- en développant une argumentation avec esprit critique.

S'exprimer et communiquer à l'écrit et à l'oral

- en se servant aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française
- en communiquant par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, en français et dans au moins une langue étrangère.

Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle

- en situant son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives.
- en respectant les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale.
- en travaillant en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet.
- en analysant ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique
- en prenant en compte des problématiques liées aux situations de handicap, à l'accessibilité et à la conception universelle.

Se positionner vis à vis d'un champ professionnel

- en identifiant et situant les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi

que les parcours possibles pour y accéder

- en caractérisant et valorisant son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
- en identifiant le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs.

Blocs de compétences

RNCP41625BC01 — Conduire les actions marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser l'environnement d'une entreprise en repérant et appréciant les sources d'informations (fiabilité et pertinence)
- Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement simple
- Choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation du marché
- Concevoir une offre cohérente et éthique en termes de produits, de prix, de distribution et de communication
- Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques
- Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement complexe
- Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe
- Concevoir un mix étendu pour une offre complexe
- Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement
- Élaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne)
- Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur
- Intégrer la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) dans la stratégie de l'offre.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).

RNCP41625BC02 — Vendre une offre commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

- Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins
- Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client
- Concevoir des outils d'aide à la vente (OAV) efficaces
- Évaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs
- Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection
- Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels
- Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés
- Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat
- Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre
- Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre
- Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale
- Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l'entreprise
- Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel
- Élaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe
- Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).

RNCP41625BC03 — Communiquer l'offre commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les cibles et objectifs de communication en tenant compte de la cohérence du mix
- Analyser de manière pertinente les moyens de communication commerciale (médias, hors médias, médias sociaux)

- Élaborer des supports simples (Imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring, ...)
- Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité)
- Élaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence
- Établir une stratégie de moyens en utilisant les indicateurs de choix des supports
- Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité
- Mettre en œuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-réputation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).

RNCP41625BC04 — Elaborer une identité de marque

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les valeurs et territoires de la marque
- Mesurer la visibilité de la marque et sa notoriété
- Développer la communication de marque et le marketing de contenu (storytelling / disruption / teasing / brand content)
- Piloter les Relations publiques et les relations presse en veillant aux différentes parutions de la marque
- Déterminer les attributs et territoires de la marque
- Élaborer une idéologie (ADN /valeurs défendues) de marque et ses composantes
- Construire l'identité de la marque
- Développer la communauté de marque et l'adhésion (community management, veille image de marque et e-réputation).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).

RNCP41625BC05 — Manager un projet événementiel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Élaborer un projet événementiel simple répondant à la demande
- Intégrer les contraintes financières, juridiques et logistiques
- Gérer la communication et la commercialisation de l'événement
- Piloter le projet
- Mesurer l'impact de l'événement
- Créer un événement complexe adapté aux attentes du commanditaire
- Intégrer les enjeux sécuritaires et réglementaires des événements de grande ampleur
- Rechercher des partenaires et des subventions
- Gérer des prestataires
- Manager un événement complexe.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).

RNCP41625BC06 — Utiliser les outils numériques de référence

LISTE DE COMPÉTENCES

Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises.

RNCP41625BC07 — Exploiter des données à des fins d'analyse

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.
- Développer une argumentation avec esprit critique.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises.

RNCP41625BC08 — S'exprimer et communiquer à l'oral, à l'écrit, et dans au moins une langue étrangère

LISTE DE COMPÉTENCES

- Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française.
- Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises.

RNCP41625BC09 — Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

- Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale
- Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises.

RNCP41625BC10 — Se positionner vis à vis d'un champ professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder
- Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
- Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire d'un BUT Techniques de commercialisation : stratégie de marque et événementiel exerce son activité dans toutes les entreprises. Secteurs d'activités : G : Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles I : Hébergement et restauration J : Information et communication R : Arts, spectacles et activités récréatives S : Autres activités de services.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Débutant :

Assistant chef de projet événementiel, Assistant de communication

Après 2, 3 ans d'expérience :

Chef de projet événementiel, Chargé de communication, Coordonnateur événementiel, Commercial événementiel.

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 836 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	36 322
Jugés difficiles à recruter	34 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 467 €
Selon la branche	6 200 € – 7 467 €
Prise en charge	Branches concernées

7 467 €	Valeur par défaut · 208 branches
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNE chimie
7 400 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 200 €	CPN de la branche des Services de l'Automobile

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2027
Date de dernière délivrance possible	31/08/2030

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35358

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP35358

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41625/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	17
Organismes gestionnaires (CFA)	11
Organismes formateurs	12
Régions couvertes	8
Départements couverts	12
Organismes certifiés Qualiopi	12
Sessions	de 09/2024 à 08/2030

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).