

**BTS  
MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL \***

**Date d'inscription :** du 01/01/2024 au 31/08/2024

**Modalités d'admission :** test + entretien

**Contact :** 04.42.06.12.33 – [contact@fdm-businessschool.fr](mailto:contact@fdm-businessschool.fr)

**Date de rentrée** : le 02 septembre 2024

**Public visé :**

Étudiant, salarié en contrat de professionnalisation ou en contrat d'apprentissage, demandeur d'emploi, salarié en congé individuel de formation

**Pré-requis :**

Le candidat devra être titulaire du baccalauréat général, technologique ou professionnel, soit d'une certification professionnelle enregistrée au niveau 4 du RNCP.

Sous certaines conditions, vous pouvez être admis avec un niveau Bac (relevé de notes à l'appui).

**Moyens pédagogiques mis en œuvre :**

- Etude de cas, cours magistraux, jeux de rôles, Business Game, ouvrages d'éditeurs de référence, vidéoprojecteur, ateliers professionnels, plateforme pour cours en distanciel, plateformes pédagogiques
- Formateurs diplômés à minima d'un Bac+4 et/ou justifiant d'une expérience professionnelle probante dans la matière enseignée.

**Evaluation permanente et appréciations des apprenants :**

Contrôle continu constitué de devoirs sur table mensuels et évaluation orale systématique.

Quatre sessions de BTS Blanc avec mise en situation réelle conforme à l'examen final de l'Education Nationale.

Information systématique des employeurs en cas d'absence injustifiée de leur salarié en formation.

**Tarif** : La formation est calculée sur la base d'un coût horaire de 15€ HT, elle est généralement prise en charge par l'OPCO de l'entreprise. Les tarifs peuvent être réajustés à la baisse en fonction de la branche d'activité.

**HORAIRE INDICATIF DE FORMATION**

<b>Contenu</b>	<b>Volume horaire</b>
Culture générale et expression	50
Langue vivante 1	50
Culture économique, juridique et managériale	150
Développement de la relation client et vente conseil	90
Animation et dynamisation de l'offre commerciale	150
Gestion opérationnelle	75
Management de l'équipe commerciale	110
<b>TOTAL ANNEE 1</b>	<b>675</b>
Culture générale et expression	50
Langue vivante 1	50
Culture économique, juridique et managériale	150
Développement de la relation client et vente conseil	90
Animation et dynamisation de l'offre commerciale	150
Gestion opérationnelle	75
Management de l'équipe commerciale	110
<b>TOTAL ANNEE 2</b>	<b>675</b>

**Rythme alternance** : Formation de 24 mois, 2 jours en centre de formation et 3 jours en entreprise par semaine (selon planning annuel fourni).

**Objectifs de formation** : Selon référentiel de l'Education Nationale. Le technicien supérieur en Management Commercial Opérationnel est un généraliste des activités de marketing. Il exerce son activité dans les services qui visent à la satisfaction des besoins de la clientèle. Son travail est de réaliser des actions commerciales ayant pour but d'attirer, de vendre des biens ou des services et de fidéliser le consommateur.

*Pour toute personne en situation de handicap, contactez notre référent handicap (Daniel MONCHO) pour une étude personnalisée de votre demande.*

## PLAN DE FORMATION

### MATIERES GENERALES

- **Culture générale et expression**  
Techniques contraction de textes  
Techniques de synthèse de textes
- **Langue vivante**  
Adaptation des acquis linguistiques, dans le langage économique  
Dialoguer dans une perspective professionnelle  
Exploiter les sources d'information professionnelles dans la langue  
Analyser une situation de communication compte tenu du contexte linguistique et socioculturel du pays considéré
- **Culture économique, juridique et managériale**  
L'intégration de l'entreprise dans son environnement  
La régulation de l'activité économique  
L'organisation de l'activité de l'entreprise  
L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise  
Les mutations du travail  
Les choix stratégiques de l'entreprise

### MATIERES PROFESSIONNELLES

- **Développement de la relations client et vente conseil**  
Assurer la veille informationnelle  
Réaliser des études commerciales  
Gérer les techniques et les outils de la veille commerciale  
Vendre  
Entretien la relation client avec leurs attentes et mettre en place les techniques de fidélisation  
Assurer la communication au service de l'efficacité relationnelle
- **Animation et dynamisation de l'offre**  
Elaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services  
Organiser l'espace commercial
- Développer les performances de l'espace commercial  
Mettre en place la communication commerciale  
Evaluer l'action commerciale
- **Gestion opérationnelle**  
Gérer les opérations courantes  
Prévoir et budgétiser l'activité  
Analyser les performances
- **Management de l'équipe commerciale**  
Organiser le travail de l'équipe commerciale  
Recruter des collaborateurs  
Animer l'équipe commerciale  
Evaluer les performances de l'équipe commerciale