



76 RHE

é c o l e t e c h n i q u e
p r i v é e

Ouvert à tous !

École Technique Privée RHE76

25 rue Jean Philippe Rameau - 76000 Rouen
Tel : 02.35.88.90.87 Mail : c.barray@rouenhockeyelite76.com

Pourquoi une École Technique Privée RHE76 ?



Une politique de formation soutenue par son président Thierry Chaix.

Le soutien de nos partenaires :

la Région Haute Normandie, Le Conseil Général, l'Agglomération de Rouen, la DRDJS (Direction Régionale et Départementale de Jeunesse et Sports) et la Ville de Rouen.

Une richesse

Notre richesse provient de notre enracinement historique et de la diversité conjuguée de nos qualités humaines et de nos compétences professionnelles qui reposent sur des mots clés :

**AMBITION
IMPLICATION
PASSION
DISCIPLINE**

Priorité aux sportifs . . . Mais ouvert à tous

Les sportifs de haut niveau (après leurs premiers diplômes, principalement le baccalauréat) qui cherchent désespérément une filière de formation qui leur permettrait de se consacrer pleinement à leur activité sportive.

Trop nombreux sont ceux qui ont choisi une filière qui soit la moins contraignante possible mais qui bien souvent ne corresponde pas à leur profil. La conséquence en est donc l'échec au diplôme supérieur.

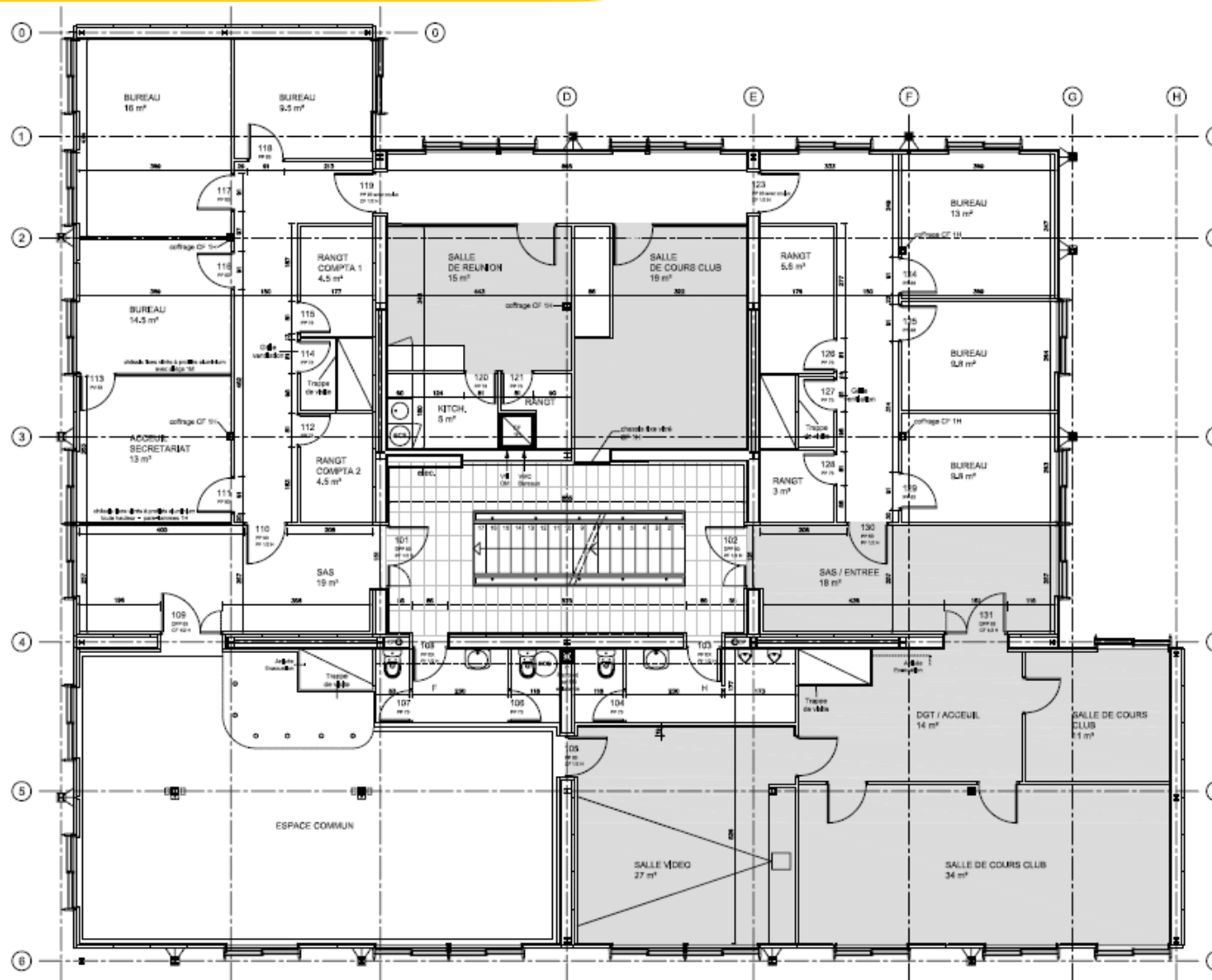
Il ne faut pas perdre de vue que la vie d'un sportif de haut niveau a d'énormes contraintes d'emploi du temps.

C'est pour cela, que les jeunes cherchent essentiellement à se désengager de la filière de formation professionnelle.

Donc nous devons leur proposer un certain nombre de formations afin de les maintenir dans le cursus professionnel, car le statut de joueur professionnel n'est pas définitivement acquis surtout les premières années. De plus le domaine sportif n'est pas une fin en soi, il est donc important de penser à la reconversion future de nos jeunes.



LES SALLES DE COURS



Les Objectifs de l'École Technique Privée



Maintenir et soutenir les jeunes sportifs de haut niveau avec des formations diplômantes principalement post BAC.

C'est pourquoi des formations du type BTS MUC, et BTS NRC (prévu pour 2015) nous permettront de les accompagner le plus loin possible.

Sur certaines de ces formations nos contacts avec le monde extérieur nous donnera la possibilité de les intégrer en stage sans trop de difficulté, voir même concrétiser certaines embauches.

Nos partenaires : Vert Marine, La Matmut, Ville de Rouen, Département de Seine Maritime, Région Haute Normandie, Cap Seine, Hôtel Mercure, Mark Events, Mory Team, Isidore Restauration, Profil Informatique, Rexel, SGAE, et T.P.R sont réceptifs à ce projet.

Après le BTS MUC . . .

Toujours dans l'optique de la réussite de nos sportifs, nous sommes en partenariat avec l'U.F.R. STAPS qui s'engage sur des inscriptions prioritaires en 3^{ème} année de Licence Management,(sous certaines conditions).

Afin de répondre aux obligations sportives de chacun, certains cours seront dispensés dans notre Ecole avec une mise en place de tuteurs. Cette 3^{ème} année s'effectue sur 2 ans.



Au cœur de la Formation . . .

Formation BTS MUC **« *Management des unités commerciales* »**

Objectifs de la formation

*Étudier les besoins des consommateurs. *Définir une stratégie commerciale
*Mettre en œuvre des décisions stratégiques. *Négocier. *Assurer la gestion commerciale

Métiers visés

*Assistant chef de produit *Responsable de rayon *Adjoint Directeur magasin
*Assistant acheteur – Assistant export *Conseiller en clientèle

Conditions d'accès

*Être titulaire d'un BAC ou en avoir le niveau
ou avoir 3 années d'expériences professionnelles

Parcours de formation

La durée de la formation est sur 24 mois avec une période
d'application pratique en entreprise.

Validation

Diplôme Éducation Nationale, niveau III

École Technique Privée RHE76

Contenu de Formation sur 2 ans

DEVELOPPEMENT DE L'UNITE COMMERCIALE - 288 HEURES

- Les bases de la mercatique
- La relation commerciale
- La mercatique des réseaux d'unités commerciales

MANAGEMENT ET GESTION DES UNITÉS COMMERCIALES - 240 HEURES

- Les fondements du management
- Le manager de l'unité commerciale
- Le management de l'équipe de l'unité commerciale
- L'organisation de l'équipe
- Le management de projet

GESTION DE LA RELATION COMMERCIALE - 264 HEURES

- Gestion courante de l'unité commerciale
- Gestion des investissements
- Gestion de l'offre de l'unité commerciale
- Gestion prévisionnelle
- Évaluation des performances de l'unité commerciale

COMMUNICATION - 48 HEURES

- Introduction à la communication
- La communication dans la relation interpersonnelle, managériale et commerciale

INFORMATIQUE COMMERCIALE - 120 HEURES

- L'information commerciale, ressource stratégique
- L'organisation de l'information
- Le travail collaboratif
- Informatique appliquée à la gestion de la relation avec la clientèle
- Informatique appliquée à la gestion de l'offre Enseignement général

ECONOMIE GENERALE - 96 heures

- Les fonctions économiques, le financement de l'économie
- La régulation, l'économie mondiale
- Les relations économiques internationales

MANAGEMENT DES ENTREPRISES - 96 heures

- L'entreprise, centre de décision et de management
- La démarche stratégique

DROIT - 96 heures

- Le cadre de vie juridique de l'activité économique
- L'activité économique et les mécanismes juridiques fondamentaux
- L'entreprise et l'activité commerciale
- Relations de travail dans l'entreprise
- Les relations juridiques avec les consommateurs
- Les relations inter-entreprises

CULTURE ET EXPRESSION FRANCAISE - 96 heures

- Les techniques d'expression écrite et orale, synthèse et analyse de documents

LANGUE ÉTRANGÈRE (ANGLAIS) - 144 heures

La maîtrise professionnelle de l'anglais à l'écrit et à l'oral

REGLEMENT D'EXAMEN - NATURE DES EPREUVES		
Intitulé	Mode	Coefficient
Management et gestion des unités commerciales :	Ecrit	4
Analyse et conduite de la relation commerciale	Oral	4
Projet de développement d'une unité commerciale	Oral	4
Français	Ecrit	3
Langue vivante I	Oral	1,5
	Ecrit	1,5
Economie et droit	Ecrit	3
Epreuve (s) facultative (s) : LV2	Oral	/

Emploi du temps type BTS 1 & 2

semaine type		Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
08h30 - 09h00							
09h00 - 09h15							
09h15 - 09h30							
09h30 - 10h00							
10h00 - 10h15							
10h15 - 10h30							
10h30 - 11h00							
11h00 - 11h30							
11h30 - 11h45							
11h45 - 12h00							
12h00 - 12h15							
12h15 - 12h30							
12h30 - 12h45							
12h45 - 13h00							
13h00 - 13h15							
13h15 - 13h30							
13h30 - 13h45							
13h45 - 14h00							
14h00 - 14h15							
14h15 - 14h30							
14h30 - 14h45							
14h45 - 15h00							
15h00 - 15h15							
15h15 - 15h30							
15h30 - 15h45							
15h45 - 16h00							
16h00 - 16h15							
16h15 - 16h30							
16h30 - 16h45							
16h45 - 17h00							
17h00 - 17h15							
17h15 - 17h30							
17h30 - 17h45							
17h45 - 18h00							
18h00 - 18h15							
18h15 - 18h30							
18h30 - 18h45							
18h45 - 19h00							

	BTS MUC 2eme
	BTS MUC 1er
	BTS MUC 1er & 2eme

STAGES EN ENTREPRISE BTS 1 = 5 Jours + 1 sem + 1 sem + 5 sem

STAGES EN ENTREPRISE BTS 2 = 5 Jours + 5 sem

Contexte Professionnel

Le titulaire du **BTS MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES** a pour perspective de prendre la responsabilité de tout ou partie d'une unité commerciale. Une unité commerciale est un lieu (physique ou virtuel) nécessitant un déplacement du client pour qu'il soit mis au contact d'une offre de produits ou de services (exemples d'appellation : magasin, supermarché, hypermarché, agence commerciale, site marchand...).

Il doit ainsi exploiter en permanence les informations commerciales disponibles pour suivre et développer l'activité de l'unité commerciale. Au contact direct de la clientèle, il mène des actions pour l'attirer, l'accueillir, lui vendre les produits et/ou les services répondant à ses attentes et le fidéliser. Chargé des relations avec les fournisseurs, il veille à adapter en permanence l'offre commerciale en fonction de l'évolution du marché. Il assure l'équilibre d'exploitation et la gestion des ressources humaines de l'unité commerciale qu'il anime.



Evolution de carrière

A. Niveau assistant

Les principales appellations des métiers qui couvrent le champ professionnel sont les suivantes :

- second de rayon, assistant chef de rayon, directeur adjoint de magasin, ...
- animateur des ventes, chargé de clientèle, conseiller commercial, délégué commercial, vendeur-conseil, marchandiseur, ...
- télévendeur, télé conseiller, ...
- chargé d'accueil, chargé de l'administration commerciale, ...

Le titulaire de ce BTS accède à ces métiers à vocation opérationnelle en général en début de carrière. Quel que soit le niveau de responsabilité, l'activité de l'unité commerciale implique un engagement tel que chacun est amené, à un moment donné, à remplir ce type de fonctions.

La maîtrise des compétences liées à ces métiers favorise l'accès à des responsabilités plus larges pour exercer un management efficace de l'équipe et la gestion d'une unité commerciale.

B. Niveau responsable

Les principales appellations des métiers qui couvrent le champ professionnel sont les suivantes :

- manager de rayon, responsable de rayon, directeur de magasin, responsable de site, responsable d'agence, chef d'agence commerciale, chef de secteur, responsable d'un centre de profits, ...
- responsable de clientèle, chef des ventes, chef de marché, ...
- administrateur des ventes, chef de caisse, responsable logistique, chef de groupe, chef de flux, superviseur, ...

En fonction de leur expérience, de la taille de l'entreprise et des opportunités, ces postes de responsabilités assez larges sont accessibles, à un terme relativement proche de leur sortie d'études, aux titulaires du BTS

MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES.

Type d'entreprises, de biens et de clientèle

Le titulaire du BTS MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES exerce ses activités essentiellement dans :

- des entreprises de distribution des secteurs alimentaires ou spécialisés,
- des unités commerciales d'entreprises de production,
- des entreprises de commerce électronique,
- des entreprises de prestations de services : assurance, banque, immobilier, location, communication, transport...

Ces entreprises s'adressent aussi bien à une clientèle de particuliers (grand public) que de professionnels (entreprises, administrations, professions libérales, artisans...)

Ne relèvent pas directement de ce champ les entreprises qui commercialisent des biens ou des services :

- de secteurs très spécifiques et réglementés (notamment la santé), ou nécessitant des connaissances techniques approfondies liées à la nature des produits.

**La qualité de la formation est notre
priorité avec une réussite aux
examens de 80%**

