

# Université d'Avignon

Retrouvez plus d'informations sur le site web  
[www.iut.univ-avignon.fr](http://www.iut.univ-avignon.fr)

Le secrétariat du département Techniques de Commercialisation peut aussi vous renseigner sur les modalités d'admission. Contactez-le après avoir consulté attentivement le site Internet  
Département Techniques de Commercialisation, 337, Chemin de Meinajaries, Site Agroparc, BP 1207, 84 911 AVIGNON Cedex 9.  
Tél. +33 (0)4 90 84 38 04 - Courriel : [info-tc-iut@univ-avignon.fr](mailto:info-tc-iut@univ-avignon.fr)

## La formation DUT TC

### > Conditions d'accès :

Sélection sur dossier

### > Recrutement :

Tous types de baccalauréat ( ES, S, STMG, ST2D, L...)

### > Nombre d'étudiants inscrits :

100 en première année, partagés en trois groupes de travaux dirigés et six groupes de travaux pratiques.

### > Niveau de français requis (pour les étudiants non francophones)

La langue d'enseignement est le français. Les étudiants étrangers qui voudront s'inscrire devront faire la preuve de leur niveau en français (niveau minimal B1 souhaité). L'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse propose des formations en Français Langue Etrangère. Les étudiants étrangers peuvent suivre un cours intensif de français d'un ou deux semestres avant d'intégrer le DUT Techniques de Commercialisation.

### > Formation par alternance :

Possibilité de suivre la formation en tant qu'apprenti et de bénéficier de la rémunération liée à ce statut

### > Perspectives :

La formation en IUT permet trois types de parcours :

- > une entrée dans la vie professionnelle immédiatement après l'obtention du DUT
- > une poursuite d'étude courte durée : un an de formation complémentaire de spécialisation en licence professionnelle
- > une poursuite d'étude longue : écoles de commerce, master, doctorat, etc
- > Diplôme Universitaire d'Etudes Technologiques Internationales (DUETI)

Par ailleurs, l'IUT d'Avignon offre depuis de nombreuses années à ces étudiants la possibilité de poursuivre leurs études à l'étranger. Il existe pour cela la possibilité de préparer un Diplôme Universitaire d'Etudes Technologiques Internationales (DUETI) en collaboration avec une université européenne.

Le département Techniques de Commercialisation a pour mission de former des commerciaux à bac + 2. La formation permet aux étudiants de poursuivre après le DUT vers un bac + 3 ou bac + 5 en se spécialisant en marketing, communication ou dans un autre domaine de la gestion en France ou à l'étranger.

Les débouchés sont variés : distribution, banque, assurance... Les diplômés sont appréciés des grandes entreprises comme des PME.



IUT  
D'AVIGNON



UNIVERSITÉ D'AVIGNON  
ET DES PAYS DE VAUCLUSE  
MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT  
SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

## DUT Techniques de Commercialisation



Institut Universitaire de Technologie  
Département Techniques  
de Commercialisation

# Organisation des études

Cette formation de nature professionnelle a été conçue pour répondre aux besoins du marché de l'emploi en formant des commerciaux avec un profil généraliste de niveau bac + 2. Elle a pour objectif de développer les connaissances théoriques, techniques et pratiques, les capacités d'adaptation et d'initiative ainsi que le sens des responsabilités. Elle permet aux diplômés de s'insérer au cœur de l'entreprise où ils seront capables de prospecter, de préparer et mener une action commerciale, de rendre compte, de s'adapter aux évolutions, de faire preuve d'initiative et d'esprit critique pour atteindre les objectifs visés. La formation bénéficie d'un encadrement renforcé qui assure aux étudiants de tirer le maximum de

bénéficier des enseignements dispensés et permet un taux de réussite en seconde année de quasiment 100%. Ce parcours professionnalisant fait appel à une pédagogie par objectif. L'obtention de DUT entraîne l'attribution de 120 crédits (European Credit Transfer System). Nombreux sont les étudiants qui continuent leurs études, soit en France en s'orientant vers un bac + 3 ou bac + 5, soit à l'étranger grâce aux échanges avec les universités étrangères en Grande-Bretagne, en Irlande, en Allemagne, en Italie et en Espagne (possibilité de valider le DUETI, Diplôme Universitaire d'Etudes Technologiques Internationales permettant d'intégrer un Master).

## ENSEIGNEMENTS ET CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

L'enseignement est assuré par un corps enseignant comprenant des enseignants-chercheurs, des enseignants et des professionnels du commerce. Il est constitué de 1620h dont 64% de travaux dirigés, 16% de travaux pratiques et 20% de cours magistraux. Les cours et les travaux dirigés sont enrichis par des conférences, assurées par des professionnels. Aux moyens humains s'ajoutent des méthodes de formations actives : jeux de simulation, études de cas, autoscopie, entraînement à la négociation... et un matériel adapté : informatique, équipement vidéo.

L'assiduité aux enseignements est obligatoire et contrôlée  
Le contrôle des connaissances est continu

Le stage est évalué conjointement par l'entreprise et l'IUT  
L'obtention de DUT entraîne l'attribution de 120 crédits (European Credit Transfer System)



## Spécificités de la formation DUT TC

### Projet Personnel et Professionnel (PPP)

Le PPP est un travail de fond qui doit permettre à l'étudiant de se faire une idée précise des nombreux métiers liés au commerce et à la gestion et de ce qu'ils nécessitent comme aptitudes personnelles. Il doit amener l'étudiant à mettre en adéquation ses souhaits professionnels immédiats et futurs, ses aspirations personnelles, ses capacités et ses manques afin de concevoir un parcours de formation cohérent avec le ou les métiers choisis.

> **Stage de 8 semaines en seconde année** : (mai et juin, à la fin du semestre 4)  
>>> Objectifs : Etre intégré dans l'entreprise tout comme l'est un employé. Mener à bien une mission commerciale mettant en œuvre les connaissances acquises durant les 2 années d'IUT.  
>>> Le stage fait l'objet d'un mémoire et donne lieu à une soutenance en présence d'un jury auquel assiste un représentant de l'entreprise.

Exemples d'études :

- Etude de marché
- Etude de clientèle
- Etude d'implantation

### Projet Tutoré (PT)

Projet réalisé en groupes de 5 à 6 étudiants, il permet de développer, avec le stage, les capacités de savoir-faire et de savoir être. C'est un moyen au service de la pédagogie garantissant l'acquisition de démarches méthodiques, de comportements et d'attitudes indispensables tant pour la formation personnelle que professionnelle.

Exemples d'actions :

- Elaborer une action sponsoring
- Organiser un événement sportif ou commercial.

### Stages

> **Stage de 2 semaines en première année** : à la fin du semestre 1

>>> Objectifs : Observer la vie de l'entreprise. Rédiger un rapport de stage centré sur l'observation de l'organisation et la gestion du travail dans l'entreprise. Se familiariser avec le monde du travail. Comprendre le fonctionnement d'une entreprise.



FORMATION	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercatique, distribution, logistique</li> <li>• Négociation, gestion de la relation client</li> <li>• Commerce international</li> <li>• Economie, stratégie</li> <li>• Statistiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatique appliquée, statistiques</li> <li>• Gestion comptable et financière</li> <li>• Droit</li> <li>• Psychologie de la communication</li> </ul>
COMPÉTENCES ACQUISES	
<p><b>Préparer une action commerciale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyser le contexte</li> <li>• Réaliser des études de marché</li> <li>• Mettre en œuvre la stratégie marketing</li> <li>• Construire un plan de marchéage (orientation stratégique et planification des actions)</li> <li>• Animer la force de vente</li> <li>• Conduire la phase de prospection</li> </ul>	<p><b>Mener un entretien commercial et le conclure</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyser les besoins du client</li> <li>• Reformuler les propositions</li> <li>• Argumenter et traiter les objections</li> <li>• Conclure</li> </ul>
<p><b>Distribuer et vendre aux consommateurs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborer un plan de communication commerciale</li> <li>• Appréhender les techniques du e-commerce</li> <li>• Appréhender les techniques du commerce international</li> </ul>	<p><b>Distribuer et vendre aux professionnels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gérer les relations commerciales inter-entreprises</li> <li>• Réaliser des études marketing</li> <li>• Mener une négociation achats</li> </ul>
<p><b>Assurer le suivi du client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gérer la relation client</li> <li>• Fidéliser le client</li> <li>• Assurer le service client</li> </ul>	
<p><b>MOTS CLÉS : MARKETING, TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION, TECHNIQUES DE NÉGOCIATION, FIDÉLISATION DU CLIENT, COMMUNICATION – PUBLICITÉ, ....</b></p>	