

BUT spécialité gestion administrative et commerciale des organisations parcours management commercial et marketing omnicanal

Certifiante

Formation continue.

Réf. : 23117281F — Mise à jour : 16 février 2026

Organisme responsable : Université de Bretagne Occidentale - UBO

Contenu

Objectifs

Gérer un projet interne ou externe à l'organisation :

- Engagement dans une équipe projet en vue de fournir un livrable
- Réalisation d'un diagnostic
- Mise en oeuvre un projet conforme à la stratégie de l'organisation

Participer au pilotage interne de l'organisation :

- Collaboration au sein d'un service
- Collaboration entre les services
- Collaboration avec les partenaires externes de l'organisation

Concevoir la démarche marketing :

- Réalisation d'une étude du marché
- Réalisation d'un diagnostic interne et externe
- Définition d'une stratégie, sa mise en oeuvre et en mobilisant les outils d'analyse pour optimiser des opérations marketing
- Réponse à une problématique de développement à l'international

Déployer le marketing omnicanal et digital

- Analyser les pratiques des consommateurs attachées au numérique (approche consumer journey, recherche d'informations, interaction avec les marques, influenceurs)
- Appréhender tous les facteurs de réussite d'une stratégie omnicanale, en utilisant les outils du CRM et les techniques digitales
- Concevoir une démarche omnicanale dans la stratégie de l'entreprise
- Appliquer une stratégie omnicanale optimisant la rencontre client/entreprise (identifier les points de contact; définir les équipements et supports; définir la stratégie de communication digitale)

Assurer le développement des affaires, de la prospection à la fidélisation

- Définir une politique de distribution conforme à la stratégie de l'organisation pour développer sa clientèle
- Faire des recommandations pour l'implantation d'un point de vente, en fonction des analyses du marché et de la zone de chalandise
- Déterminer les facteurs de pérennisation du point de vente, en utilisant les techniques de merchandising et de communication

- Participer à la politique d'achats
- Négocier en processus achat, en utilisant les techniques d'achat et de communication orale, et en mettant en oeuvre des qualités personnelles propices pour convaincre
- Préparer la négociation en utilisant les informations utiles à la connaissance du client ou du prospect et en concevant des supports préparatoires
- Faire le suivi des ventes, avec l'aide des documents commerciaux et des rapports du service après vente, pour mettre en place des actions publicitaires et de promotions, ou un programme de fidélisation

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée

Niveau Bac général, pro ou techno, BP

Niveau de sortie

Niveau Licence, Licence pro, BUT - Bac +3 et +4

Liste des certifications

BUT spécialité gestion administrative et commerciale des organisations parcours management commercial et marketing omnicanal

Code RNCP : 35388

Métiers associés

D1401 — Assistanat commercial

D1502 — Management/gestion de rayon produits alimentaires

D1503 — Management/gestion de rayon produits non alimentaires

M1705 — Marketing

M1707 — Stratégie commerciale

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
1591654	Présentiel	MORLAIX	03/09/2023	30/08/2026

Source : GREF Bretagne #23117281F