

BTS Management des unités commerciales

Eléments principaux de la modification du référentiel

Mai 2013

ANNEXE I

UNITÉS CONSTITUTIVES DU RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION DU DOMAINE PROFESSIONNEL

Unités	Compétences	Savoirs associés
U4 Management et gestion des unités commerciales	C1 Manager une équipe commerciale C2 Gérer une unité commerciale C52 Gérer les achats et les approvisionnements	S51 les fondements du management S52 le manager de l'unité commerciale S53 le management de l'équipe de l'unité commerciale S54 l'organisation de l'équipe S6 la gestion des unités commerciales S731 les spécificités de la communication managériale
U5 Analyse et conduite de la relation commerciale	C41 Vendre C42 Assurer la qualité du service à la clientèle C53 Mettre en place un espace attractif et fonctionnel C54 Dynamiser l'offre de produits et de service C6 Rechercher et exploiter l'information nécessaire à l'activité commerciale	S41 les bases de la mercatique S42 la relation commerciale S71 introduction à la communication S72 la communication dans la relation interpersonnelle S74 la communication dans la relation commerciale S8 informatique commerciale
U6 Projet de développement de l'unité commerciale	C3 Piloter des projets d'action commerciale ou de management C43 Développer et maintenir la clientèle de l'unité commerciale C51 Elaborer une offre commerciale adaptée à la clientèle	S43 la mercatique des réseaux d'unités commerciales S55 management de projet S732 la communication et le management de projet

Tableau croisé des unités et des compétences

COMPETENCES		UNITÉS	U4 Management et gestion des unités commerciales	U5 Analyse et conduite de la relation commerciale	U6 Développement de l'unité commerciale
C1 Manager une équipe commerciale	C11 Constituer une équipe commerciale professionnelle et motivée				
	C12 Organiser le travail				
C2 Gérer une unité commerciale	C21 Assurer le fonctionnement de l'unité commerciale				
	C22 Assurer la gestion prévisionnelle				
	C23 Assurer la communication des résultats de l'activité				
C3 Piloter des projets d'action commerciale ou de management					
C4 Maîtriser la relation avec la clientèle	C41 Vendre				
	C42 Assurer la qualité de service à la clientèle				
	C43 Développer et maintenir la clientèle de l'unité commerciale				
C5 Gérer l'offre de produits et de services	C51 Elaborer une offre commerciale adaptée à la clientèle				
	C52 Gérer les achats et les approvisionnements				
	C53 Mettre en place un espace commercial attractif et fonctionnel				
	C54 Dynamiser l'offre de produits et de services				
C6 Rechercher et exploiter l'information nécessaire à l'activité commerciale	C61 Assurer la veille commerciale				
	C62 Réaliser des études commerciales				
	C63 Enrichir et exploiter le système d'information commercial				
	C64 Intégrer les technologies de l'information dans son activité				

Tableau croisé des unités et des savoirs associés

SAVOIRS ASSOCIÉS		UNITÉS	U4 Management et gestion des unités commerciales	U5 Analyse et conduite de la relation commerciale	U6 Développement de l'unité commerciale
S4 Mercatique	S41 les bases de la mercatique				
	S42 la relation commerciale				
	S43 la mercatique des réseaux d'unités commerciales				
S5 Management des unités commerciales	S51 les fondements du management				
	S52 le manager de l'unité commerciale				
	S53 le management de l'équipe de l'unité commerciale				
	S54 organisation de l'équipe				
	S55 management de projet				
S6 Gestion des unités commerciales	S61 gestion courante de l'unité commerciale				
	S62 gestion des investissements				
	S63 gestion de l'offre de l'unité commerciale				
	S64 gestion prévisionnelle				
	S65 évaluation des performances de l'unité commerciale				
S7 Communication	S71 introduction à la communication				
	S72 la communication dans la relation interpersonnelle				
	S731 les spécificités de la communication managériale				
	S732 la communication et la gestion de projet				
	S74 la communication dans la relation commerciale				
S8 Informatique commerciale					

Remarque : en ce qui concerne l'unité U6, les savoirs non strictement évalués doivent être considérés comme des pré requis.

ANNEXE II

Stage en milieu professionnel

Le stage en milieu professionnel est obligatoire pour les candidats au Brevet de technicien supérieur *Management des unités commerciales*.

Il a lieu dans une ou deux unités commerciales proposant des biens et/ou des services à une clientèle de particuliers ou de professionnels (utilisateurs, prescripteurs, revendeurs) et d'une taille suffisante pour justifier le recours à un technicien supérieur. Ces entreprises doivent mettre le stagiaire dans une situation professionnelle conforme aux exigences et à l'esprit du diplôme.

Garantes de la qualité de la formation et de son adaptation aux opportunités et contraintes des métiers commerciaux visés, les périodes en entreprise constituent un gage d'insertion professionnelle durable.

A - Objectifs

Le stage en milieu professionnel a pour objectif de permettre à l'étudiant d'acquérir et/ou d'approfondir des compétences professionnelles en situation réelle de travail et d'améliorer sa connaissance du milieu professionnel et de l'emploi.

Il s'inscrit dans la progression élaborée par l'équipe pédagogique et induit naturellement une approche interdisciplinaire qui combine des savoirs et savoir faire issus des enseignements professionnels. Il permet en outre une utilisation régulière des technologies de l'information commerciale grâce à l'accès aux ressources informatiques de l'entreprise.

Le stage en milieu professionnel est particulièrement valorisé lors des épreuves du Brevet de technicien supérieur *Management des unités commerciales* puisqu'il sert de support à deux des épreuves professionnelles : *Analyse et conduite de la relation commerciale* et *Projet de développement d'une unité commerciale*.

Il est donc le moment privilégié pour constituer le dossier d'analyse et de conduite de relation commerciale et pour conduire le projet de développement d'une unité commerciale en répondant à des problématiques professionnelles réelles.

B - Modalités

1 - Voie scolaire

Les stages sont organisés avec le concours des milieux professionnels et sont placés sous le contrôle des autorités académiques dont relève l'étudiant. La recherche des unités commerciales d'accueil est assurée conjointement par l'étudiant et l'équipe pédagogique.

Le stage en milieu professionnel est décomposé en *Missions professionnelles de préparation et de suivi* et *Périodes d'immersion totale en entreprise*. Les unes et les autres relèvent de la même convention de stage qui doit préciser la programmation dans le temps.

Les missions professionnelles de préparation et de suivi

Les missions professionnelles de préparation et de suivi ont lieu dans le cadre de l'activité de l'unité commerciale où le stage en immersion totale est programmé. Elles ont pour finalités :

- de fixer les objectifs et de définir les modalités du stage,
- de découvrir l'environnement professionnel de l'unité commerciale,
- de faciliter l'immersion du stagiaire dans l'entreprise,
- de mener les activités permettant le déroulement efficace du stage,
- de varier les activités en saisissant les opportunités offertes par l'unité commerciale
- de suivre et d'analyser les effets des actions conduites pendant les périodes d'immersion.

Elles sont limitées dans le temps à 10 demi-journées au maximum par année scolaire. Ces demi-journées sont réparties dans l'année mais peuvent être regroupées, en fonction des contraintes liées à l'activité de l'unité commerciale.

Elles se déroulent principalement dans le cadre des travaux dirigés des enseignements professionnels. Pendant cet horaire, l'étudiant est amené à se rendre régulièrement dans les entreprises partenaires.

L'immersion totale en entreprise

Elle implique la présence en continu du stagiaire en entreprise. La durée totale sur l'ensemble de la période de formation est de 12 à 14 semaines. Celles-ci sont réparties avec une période d'une durée minimale de 4 semaines consécutives en première année.

Chaque stage fait l'objet d'une convention signée entre les représentants de l'organisme d'accueil et ceux de l'établissement de formation. Cette convention est établie conformément aux dispositions en vigueur (circulaires du 30 octobre 1959, BOEN n°24 du 14 décembre 1959 et du 26 mars 1970, BOEN n°17 du 23 avril 1970). Elle comporte en outre une annexe pédagogique qui précise :

- les objectifs poursuivis libellés en termes de compétences à acquérir ou à approfondir,
- les modalités prévues pour atteindre les objectifs pré cités (responsabilités et missions confiées au stagiaire),
- les informations que l'entreprise ou l'organisation s'engage à fournir afin d'aider le stagiaire dans son travail,
- les conditions matérielles de déroulement du stage (lieu(x), conditions d'utilisation du matériel mis à disposition, horaires),
- les modalités de tutorat (nom du tuteur au sein de l'entreprise ou de l'organisation d'accueil, modalités de suivi du stagiaire par ce tuteur),
- les modalités d'échange entre le représentant de l'entreprise ou de l'organisation d'accueil, le tuteur et l'équipe pédagogique (fréquence et dates des visites du représentant de l'équipe pédagogique au sein de l'entreprise ou de l'organisation d'accueil, procédures d'échanges d'informations en cas de difficultés rencontrées par le stagiaire...)
- les modalités de l'évaluation conjointe (équipe pédagogique, représentant de l'entreprise ou de l'organisation d'accueil, tuteur, stagiaire) de la période de stage.

Pendant le stage, l'étudiant a obligatoirement la qualité d'étudiant - stagiaire et non de salarié.

Le stage en milieu professionnel repose sur une relation à caractère pédagogique entre 3 partenaires :

- l'entreprise partenaire confie à l'étudiant des activités professionnelles correspondant au référentiel et au niveau d'exigence du diplôme;
- l'étudiant définit avec l'entreprise et l'équipe pédagogique les objectifs et les missions de sa présence en entreprise ;
- l'équipe pédagogique encadre, conseille, met en cohérence et articule les différentes modalités d'appropriation des compétences et des savoirs. Elle veille notamment à ce qu'ils soient transférables à d'autres situations professionnelles comparables.

En fin de stage, **une attestation est remise au stagiaire** par le responsable de l'entreprise d'accueil. Elle précise les dates et la durée du stage. Les différentes attestations sont envoyées au service

académique des examens selon des modalités précisées par le Recteur de l'académie et conformément à la circulaire nationale d'organisation de l'examen.

Le dossier d'analyse et conduite de la relation commerciale d'une part, et le dossier projet de développement de l'unité commerciale d'autre part, sont certifiés par l'établissement du formateur chargé de piloter le stage.

2 - Voie de l'apprentissage

Pour les apprentis, les attestations de stage sont remplacées par l'attestation de l'employeur de réalisation de contrat confirmant le statut du candidat comme apprenti dans son entreprise.

Les activités ponctuelles et les missions effectuées au sein de l'entreprise doivent être en cohérence avec les exigences du référentiel.

Les objectifs pédagogiques sont les mêmes que ceux des étudiants sous statut scolaire.

3 - Voie de la formation continue

a. candidat en situation de première formation ou en situation de reconversion

La durée de stage est de 12 à 14 semaines. Elle s'ajoute à la durée de formation dispensée dans le centre de formation continue en application de l'article 11 du décret n°95-665 du 9 mai 1995 modifié portant règlement général du brevet de technicien supérieur.

L'organisme de formation peut concourir à la recherche de l'entreprise d'accueil. Le stagiaire peut avoir la qualité de salarié d'un autre secteur professionnel.

Lorsque cette préparation s'effectue dans le cadre d'un contrat de travail de type particulier, le stage obligatoire est inclus dans la période de formation dispensée en milieu professionnel si les activités effectuées sont en cohérence avec les exigences du référentiel et conformes aux objectifs et aux modalités générales définis ci-dessus.

b. candidat en situation de perfectionnement

L'attestation de stage peut être remplacée par un ou plusieurs certificats de travail attestant que l'intéressé a été occupé dans le secteur de la distribution des produits et des services.

Les activités ponctuelles et les missions confiées doivent être en cohérence avec les exigences du référentiel et conformes aux objectifs et aux modalités générales définis ci-dessus.

Elles doivent avoir été effectuées en qualité de salarié à plein temps pendant six mois au cours de l'année précédant l'examen ou à temps partiel pendant un an au cours des deux années précédant l'examen.

4 – Candidats en formation à distance

Les candidats relèvent, selon leur statut (scolaire, apprenti, formation continue), de l'un des cas précédents.

5 – Candidats qui se présentent au titre de leur expérience professionnelle

L'attestation de stage est remplacée par un ou plusieurs certificats de travail justifiant de la nature et de la durée de l'emploi occupé.

C – Aménagement de la durée du stage

La durée obligatoire minimale du stage est de 12 semaines. Cette durée peut être réduite soit pour une raison de force majeure dûment constatée soit dans le cas d'une décision d'aménagement de la formation ou d'une décision de positionnement à une durée qui ne peut être inférieure à 9 semaines.

Toutefois, les candidats qui produisent une dispense des unités 5 et 6, notamment au titre de la validation des acquis de l'expérience, ne sont pas tenus d'effectuer de stage. Si la dispense ne porte que sur l'une ou l'autre de ces unités la durée du stage est réduite de moitié.

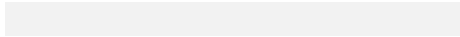
D – Candidats ayant échoué à une session antérieure de l'examen

Les candidats ayant échoué à une session antérieure de l'examen bénéficient du maintien des notes obtenues supérieures à 10 ou des dispenses d'épreuves conformément à la réglementation en vigueur. Ils peuvent, s'ils le jugent nécessaire au vu des éléments d'appréciation portés par la commission d'interrogation et des notes obtenues lors des épreuves E5 *Analyse et conduite de la relation commerciale* et E6 *Projet de développement d'une unité commerciale*, effectuer un nouveau stage.

Toutefois les candidats doublants doivent s'impliquer normalement dans les missions et les projets professionnels et effectuer les stages que leur établissement organise pendant leur période de redoublement.

Les candidats apprentis doublants peuvent présenter à la session suivant celle au cours de laquelle ils n'ont pas été déclarés admis :

- soit leur contrat d'apprentissage initial prorogé pendant un an ;
- soit un nouveau contrat conclu avec un autre employeur (en application des dispositions de l'article L.117-9 du code du travail).



ANNEXE III

RÈGLEMENT D'EXAMEN

BTS Management des unités commerciales			Voie scolaire dans un établissement public ou privé sous contrat, CFA ou section d'apprentissage habilités. Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités		Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités		Voie scolaire dans un établissement privé, CFA ou section d'apprentissage non habilité, Formation professionnelle continue dans les établissements publics non habilités ou en établissement privé, enseignement à distance candidats justifiant de 3 ans d'expérience professionnelle	
Épreuves	unité	coef	Forme	durée	Forme	durée	Forme	durée
E1 Culture générale et expression	U. 1	3	Ponctuelle écrite	4 h	CCF		écrite	4 h
E2 Langue vivante étrangère 1	U. 2	3	Ponctuelle écrite orale	2h + 20 min* 20 min	CCF		Ponctuelle écrite Ponctuelle orale	2h + 20 min* 20 min
E 3 Economie, droit, management des entreprises		3						
Sous-épreuve : économie et droit	U 31	2	Ponctuelle écrite	4 h	CCF		Ponctuelle écrite	4 h
Sous-épreuve : management des entreprises	U 32	1	Ponctuelle écrite	3 h	CCF		Ponctuelle écrite	3 h
E4 Management et gestion des unités commerciales	U. 4	4	Ponctuelle écrite	5 h	Ponctuelle écrite	5 h	écrite	5 h
E5 Analyse et conduite de la relation commerciale	U. 5	4	CCF		CCF		Orale	45 min
E6 Projet de développement d'une unité commerciale	U. 6	4	CCF		CCF		Orale	40 min
<u>Epreuve facultative</u>								
EF1 Langue vivante (1)	UF. 1		Ponctuelle Orale	20 min	Ponctuelle orale	20 min	Ponctuelle Orale	20 min

* Temps de préparation

- (1) La langue vivante étrangère choisie au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différente de celle choisie au titre de l'épreuve obligatoire. Seuls les points au-dessus de la moyenne sont pris en compte.

ANNEXE IV

E 4 MANAGEMENT ET GESTION DES UNITÉS COMMERCIALES

Unité U4

Coefficient : 4

1- Objectifs

L'objectif de l'épreuve E4 est de vérifier les aptitudes du candidat à :

- analyser des problèmes de management de l'équipe commerciale et de gestion de l'unité commerciale à partir d'une situation professionnelle réelle ;
- choisir les méthodes et techniques appropriées et les mettre en œuvre ;
- proposer des solutions réalistes permettant de résoudre efficacement les problèmes posés ;
- justifier les décisions en mobilisant les savoirs associés.

2- Contenu

L'épreuve E4 évalue les compétences suivantes :

C1 Manager une équipe commerciale

C2 Gérer une équipe commerciale

C52 Gérer les achats et les approvisionnements

L'épreuve E4 mobilise les savoirs associés suivants :

S51 les fondements du management

S52 le manager de l'unité commerciale

S53 le management de l'équipe de l'unité commerciale

S54 l'organisation du travail de l'équipe

S6 gestion des unités commerciales

S731 les spécificités de la communication managériale

3- Critères d'évaluation

- Maîtrise des savoir-faire mobilisés ;
- Pertinence des diagnostics réalisés ;
- Rigueur d'analyse et de synthèse ;
- Pertinence des méthodes et des outils utilisés ;
- Réalisme, cohérence et pertinence des solutions proposées ;
- Qualité de la communication écrite.

4- Modalités d'évaluation

Épreuve ponctuelle écrite - durée 5h00 – Coefficient 4

L'épreuve prend appui sur l'étude d'une situation réelle de management d'une équipe commerciale et de gestion d'une unité commerciale. Elle pose des problèmes professionnels accompagnés de documents destinés :

- à situer le contexte commercial des problèmes posés ;
- à présenter les informations nécessaires à la résolution des problèmes posés.

La correction de chaque copie est assurée par un professeur en charge de l'enseignement de « *Management et gestion des unités commerciales* ».

L'évaluation donne lieu à une note sur 20 points.

Épreuve E5 – ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

Unité U5

Coefficient : 4

1. Objectif

Cette épreuve permet d'évaluer les aptitudes du candidat à prendre en responsabilité des activités commerciales courantes dans une unité commerciale, et les connaissances mobilisées à cette occasion.

2. Contenu

L'épreuve E5 évalue les compétences suivantes :

C41 Vendre

C42 Assurer la qualité de service à la clientèle

C53 Mettre en place un espace commercial attractif et fonctionnel

C54 Dynamiser l'offre de produits et de services

C6 Rechercher et exploiter l'information nécessaire à l'activité commerciale

L'épreuve E5 mobilise les savoirs associés suivants :

S41 les bases de la mercatique

S42 la relation commerciale

S71 introduction à la communication

S72 la communication dans la relation interpersonnelle

S74 la communication dans la relation commerciale

S8 informatique commerciale

L'épreuve E5 s'appuie sur les activités commerciales courantes du/de la candidat(e), menées en unité commerciale, ou à titre de complément lors d'activités proposées par l'équipe pédagogique et relevant des domaines :

- de la maîtrise de la relation commerciale avec la clientèle ;
- du contact efficace avec les autres intervenants dans la chaîne de la valeur de l'unité commerciale ;
- de l'animation de l'offre ;
- de l'utilisation courante et efficace de l'informatique commerciale dédiée aux activités courantes.

3. Modalités d'évaluation

A- Contrôle en cours de formation

Le contrôle en cours de formation prend appui sur un dossier professionnel élaboré par le candidat au fur et à mesure de sa formation. Pour chacune des compétences décrites ci-dessus, ce dossier comporte une ou plusieurs fiches jugées significatives, décrivant :

- la date et la durée de l'activité ;
- le contexte professionnel de l'activité ;
- les objectifs poursuivis ;
- la méthodologie utilisée ;
- les moyens et les techniques mis en œuvre ;
- les résultats obtenus.

Pour chacune de ces activités est jointe l'évaluation qui en a été faite par le ou les professeurs.

Une commission d'évaluation est chargée d'apprécier le degré de maîtrise des compétences associées à l'ensemble des activités professionnelles retenues par le/la candidat(e) par rapport aux exigences définies pour l'acquisition de l'unité U5. Cette commission est composée d'un professeur de « *Gestion de la relation commerciale* » ayant en charge le suivi du candidat pendant ses activités professionnelles et d'un professionnel, ou en l'absence de ce dernier, d'un deuxième professeur en charge des enseignements professionnels en STS Management des unités commerciales.

Les critères d'évaluation sont les suivants :

- la qualité de l'analyse des spécificités de l'unité commerciale ;
- la qualité de l'analyse des situations professionnelles ;
- l'utilisation pertinente des outils et méthodes ;
- le degré d'autonomie dans les missions menées ;
- l'efficacité du recours aux technologies de l'information et de la communication ;
- l'efficacité de l'interrogation du système d'information commercial ;
- la qualité de l'exploitation du système d'information commercial ;
- le degré de couverture des activités constituant le cahier des charges de l'épreuve ;
- la qualité de la communication.

L'évaluation donne lieu à une note sur 20.

La mention non valide (NV) peut être prononcée lorsqu'une des situations suivantes est constatée :

- absence du dossier professionnel ;
- durée de stage inférieure à la durée requise par la réglementation de l'examen ;
- dossier non visé ou signé par les personnes habilitées à cet effet.

B- Forme ponctuelle

Épreuve orale et pratique

Durée : 45 minutes

L'épreuve E5 s'appuie sur les éléments suivants :

- les attestations de stage ou les certificats de travail ;
- un dossier d'activités professionnelles dont le contenu est visé par l'entreprise d'accueil et l'organisme de formation du/de la candidat(e), ou par le/la candidat(e) lorsqu'il/elle ne dépend pas d'un organisme de formation.

La mention non valide (NV) peut être prononcée lorsqu'une des situations suivantes est constatée :

- absence de dépôt de dossier ;
- dépôt du dossier au-delà de la date fixée par l'autorité organisatrice ;
- durée de stage inférieure à la durée requise par la réglementation de l'examen ;
- documents constituant le dossier non visés ou signés par les personnes habilitées à cet effet.

Le dossier d'activités professionnelles comporte :

- une fiche d'activités professionnelles mettant en œuvre la compétence « Vendre » ;
- une fiche d'activités professionnelles mettant en œuvre la compétence « Assurer la qualité de service à la clientèle » ;
- une fiche d'activités professionnelles mettant en œuvre la compétence « Mettre en place un espace attractif et fonctionnel » ;
- une fiche d'activités professionnelles mettant en œuvre la compétence « Dynamiser l'offre de produits et de services » ;
- deux fiches d'activités professionnelles mettant en œuvre la compétence « Rechercher et exploiter l'information nécessaire à l'activité commerciale ».

Ces six fiches, dont la rédaction et le contenu sont personnels, sont réalisées à partir d'une sélection des activités menées par le/la candidat(e) durant ses stages ou dans le cadre de son activité professionnelle. Chaque fiche présente :

- la date et la durée de l'activité ;
- le contexte professionnel de l'activité ;
- les objectifs poursuivis ;
- la méthodologie utilisée ;
- les moyens et les techniques mis en œuvre ;
- les résultats obtenus.

Les critères d'évaluation suivants sont utilisés :

- la qualité de l'analyse des spécificités de l'unité commerciale ;
- la qualité de l'analyse des situations professionnelles ;
- l'utilisation pertinente des outils et méthodes ;
- le degré d'autonomie dans les missions menées ;
- l'efficacité du recours aux technologies de l'information et de la communication ;
- l'efficacité de l'interrogation du système d'information ;
- la qualité de l'exploitation du système d'information commercial ;
- le degré de couverture des activités constituant le cahier des charges de l'épreuve ;
- la qualité de la communication.

L'épreuve E5 se déroule en deux temps :

- pendant 10 minutes maximum, le/la candidat(e) présente son contexte et ses activités professionnels, sans être interrompu(e) ;
- ensuite, pendant le temps restant, la commission d'évaluation interroge le/la candidat(e) sur chacune des compétences du domaine commercial ayant fait l'objet d'une fiche d'activités professionnelles.

Au cours de l'épreuve, le candidat doit manipuler l'outil informatique afin de démontrer ses compétences liées au domaine « Rechercher et exploiter l'information nécessaire à l'activité commerciale ».

La commission d'évaluation est composée d'un professeur en charge d'enseignement professionnel en STS Management des unités commerciales, et d'un professionnel ou en l'absence de ce dernier, d'un second professeur en charge d'enseignement professionnel en STS Management des unités commerciales.

L'évaluation donne lieu à une note sur 20 points.

E6 – PROJET DE DEVELOPPEMENT DE L'UNITÉ COMMERCIALE

Unité U6

Coefficient : 4

1. Objectifs

Cette épreuve permet d'évaluer les aptitudes du candidat à prendre des décisions commerciales ayant une incidence directe sur le développement d'une unité commerciale, en appréciant les conséquences humaines, financières et organisationnelles qu'elles entraînent, en estimant leur faisabilité et en mesurant les risques et les opportunités.

2. Contenu

L'épreuve E6 évalue les compétences suivantes :

C3 Piloter des projets d'action commerciale ou de management

C43 Développer et maintenir la clientèle de l'unité commerciale

C51 Elaborer une offre commerciale adaptée à la clientèle

Cette unité mobilise les savoirs associés suivants :

S43 la mercatique des réseaux d'unités commerciales

S55 le management de projet

S732 la communication et le management de projet

L'épreuve s'appuie sur un projet de développement d'une unité commerciale en cohérence avec la politique globale du réseau dont elle fait le plus souvent partie. Ceci implique non seulement une bonne compréhension du fonctionnement local de l'unité commerciale, mais surtout d'estimer sa marge de manœuvre, d'apprécier son projet dans la globalité de la politique du réseau et de savoir communiquer sur son projet. Ce projet mené dans le cadre d'une unité commerciale se limite à sa conception et aux premières réflexions de mise en œuvre.

L'approche doit être professionnelle. Elle implique l'utilisation de méthodes d'analyse rigoureuses, d'outils et techniques adaptés et en particulier du potentiel offert par l'informatique.

Les projets de développement d'une unité commerciale relèvent essentiellement :

- du développement de la clientèle : accès à une nouvelle clientèle ou augmentation des achats des clients actuels ;
- du développement de l'offre de produits et/ou de services.

3. Modalités d'évaluation

A- Contrôle en cours de formation

Le contrôle en cours de formation prend appui sur un dossier professionnel élaboré par le candidat au fur et à mesure de sa formation. Ce dossier récapitule chacune des étapes du projet de développement de l'unité commerciale :

- diagnostic partiel de l'unité commerciale ;
- préconisation comportant une analyse de ses répercussions humaines, financières et organisationnelles ;
- premières réflexions pour la mise en œuvre de la préconisation.

Pour chacune de ces étapes est jointe l'évaluation qui en a été faite par le ou les professeurs.

Une commission est chargée d'évaluer le degré de maîtrise des compétences associées au projet du/de la candidat(e), et exigées pour l'acquisition de l'unité U6. Cette commission d'évaluation est composée d'un professeur de « *Développement de l'unité commerciale* » ayant en charge le suivi du candidat pendant ses activités professionnelles et d'un professionnel, ou en l'absence de ce dernier d'un deuxième professeur en charge des enseignements professionnels en STS Management des unités commerciales.

Les critères d'évaluation sont les suivants :

- qualité et actualité de l'analyse des spécificités de l'unité commerciale et, le cas échéant, de son insertion dans un réseau ;
- qualité du diagnostic et de la démarche qui y a conduit ;
- pertinence et réalisme de la préconisation ;
- repérage des implications humaines, financières, organisationnelles de la préconisation ;
- pertinence du suivi envisagé ;
- clarté et pertinence des explications et de l'argumentation.

L'évaluation donne lieu à une note sur 20.

La mention non valide (NV) peut être prononcée lorsqu'une des situations suivantes est constatée :

- absence de dossier ;
- durée de stage inférieure à la durée requise par la réglementation de l'examen ;
- dossier non visé ou signé par les personnes habilitées à cet effet.

B- Forme ponctuelle

Épreuve orale

Durée : 40 minutes

L'épreuve E6 s'appuie sur un dossier personnel, descriptif du projet de développement de l'unité commerciale que le candidat a mené au titre de sa formation ou de son expérience professionnelle.

En complément de ce dossier, le candidat fournit une attestation de la réalité du travail mené, établie par l'entreprise d'accueil et les formateurs dispensant les enseignements commerciaux.

La mention non valide (NV) peut être prononcée lorsqu'une des situations suivantes est constatée :

- absence de dossier ;
- dépôt du dossier au-delà de la date fixée par l'autorité organisatrice ;
- durée de stage inférieure à la durée requise par la réglementation de l'examen ;
- dossier non visé ou signé par les personnes habilitées à cet effet.

Le dossier de 10 pages maximum comporte :

- un diagnostic partiel de l'unité commerciale ;
- une préconisation comportant une analyse de ses répercussions humaines, financières et organisationnelles ;
- des premières réflexions pour la mise en œuvre de la préconisation.

Les critères d'évaluation suivants sont repris dans la grille d'évaluation figurant dans la circulaire nationale d'organisation de l'examen :

- qualité et actualité de l'analyse des spécificités de l'unité commerciale et, le cas échéant, de son insertion dans un réseau ;
- qualité du diagnostic et de la démarche qui y a conduit ;
- pertinence et réalisme de la préconisation ;
- repérage des implications humaines, financières, organisationnelles de la préconisation ;
- pertinence du suivi envisagé ;
- clarté et pertinence des explications et de l'argumentation.

En dehors du dossier fourni au jury avant les épreuves, à une période fixée par le Recteur de l'académie, le candidat apporte le jour de l'épreuve tout document qu'il estime pouvoir venir en appui de sa prestation.

L'épreuve E6, d'une durée maximale de 40 minutes, se déroule en deux parties :

- pendant 15 minutes maximum sans être interrompu, le candidat présente son projet de développement de l'unité commerciale ;
- pendant le temps restant, la commission d'interrogation interroge le candidat sur le contenu, les méthodes et l'argumentation présentés par le candidat précédemment.

La commission d'interrogation est composée d'un professeur en charge d'enseignement professionnel et d'un professionnel, ou en l'absence de ce dernier, d'un second professeur en charge d'enseignement professionnel en STS Management des unités commerciales.

L'évaluation donne lieu à une note sur 20.