

DOMAINE: COMMERCE, GESTION, DROIT

FILIÈRE: COMMERCE-VENTE

SPÉCIALITÉ: MARKETING-COMMERCE-VENTE

1. OBJECTIF DE LA FORMATION

Cette spécialité vise à répondre à un besoin exprimé par les entreprises : s'entourer des commerciaux outillés, parfaitement imprégnés de la logique marketing, sensibilisés sur les besoins changeants du consommateur et orientés vers le développement des ventes dans un environnement caractérisé par la concurrence.

2. COMPÉTENCES RECHERCHÉES

❖ Compétences génériques :

- La compréhension de l'économie internationale ;
- La maîtrise d'autres langues ;
- L'aptitude à la négociation ;
- La compréhension de l'environnement professionnel ;
- Etre capable de travailler sous pression ;
- L'adaptabilité et polyvalence.

❖ Compétences spécifiques :

- Comprendre la logique marketing ;
- Comprendre les défis à relever par l'entreprise dans un environnement de concurrence ;
- Comprendre les déterminants du succès commercial de l'entreprise ;
- Vendre de manière durable et rentable ;
- Conduire une équipe commerciale vers l'atteinte des objectifs ;
- Animer un point de vente ;
- Faire la veille concurrentielle pour accroître les ventes.

3. DÉBOUCHÉS

- Animateur des ventes ;
- Attaché de la clientèle ;
- Représentant commercial ;
- Responsable des ventes.

4. DURÉE DE LA FORMATION

Pour une durée de deux ans, un ensemble de cours théoriques et pratiques est administré aux étudiants en vue de l'obtention d'un Brevet de Technicien Supérieur (BTS) sanctionné par le MINESUP.

5. CONDITIONS D'ADMISSION

Inscription directe sur étude de dossier :

- 01 demande d'admission adressée au Directeur de l'ISTTI ;
- 01 fiche d'inscription dûment remplie (disponible au campus) ;
- 01 photocopie de l'acte de naissance ;
- 01 photocopie du relevé du BAC ;
- Frais de couverture médical annuelle : 5000 F CFA ;
- Frais d'inscription : 35 000 FCFA ;
- Frais d'étude de dossier : Gratuit.

6. APPROCHES PÉDAGOGIQUES

- Cours magistraux ;
- Des travaux pratiques et travaux personnels ;
- Des stages d'immersion dans les métiers accompagnés par un corps enseignants et des cadres d'entreprise.

7. TECHNIQUES D'ÉVALUATION

- Un contrôle continu pour chaque cours magistral ;
- Une session d'examen (oral ou écrit) à la fin de chaque semestre organisée en fonction des matières inscrites au semestre ;
- Rédaction d'un rapport de stage soutenu devant un jury en fin de cycle ;
- Examen National de BTS.

8. PROGRAMME ACADÉMIQUE

SEMESTRE 1

CODE UE	Intitulé des enseignements	Nombre de crédits
MCV111	Mathématiques et informatique I	5
MCV112	Techniques quantitatives de gestion	4
MCV113	Environnement marketing I	4
MCV114	Mix-marketing I	4
MCV115	Outils marketing I	4
MCV116	Techniques marketing I	6
MCV117	Formation bilingue I et Environnement économique I	3
Total		30

SEMESTRE 2

CODE UE	Intitulé des enseignements	Nombre de crédits
MCV121	Mathématiques et informatique II	4
MCV122	Mathématiques et comptabilité	5
MCV123	Environnement marketing II	4
MCV124	Mix-marketing II	4
MCV125	Outils marketing II	5
MCV126	Techniques marketing II et méthodologie	5
MCV 127	Formation bilingue II et Environnement économique II	3
Total		30

SEMESTRE 3

CODE UE	Intitulé des enseignements	Nombre de crédits
MCV231	Techniques quantitatives et informatique I	5
MCV232	Comptabilité et Système d'information I	4
MCV233	Management marketing I	3
MCV234	Environnement marketing III	3
MCV235	Outils marketing III et IV	6
MCV236	Travaux de synthèse et Politique commerciale I	6
MCV237	Environnement juridique et éducation civique I	3
Total		30

SEMESTRE 4

CODE UE	Intitulé des enseignements	Nombre de crédits
MCV241	Techniques quantitatives et informatique II	5
MCV242	Comptabilité et Système d'information II	4
MCV243	Management marketing II	3
MCV244	Environnement marketing IV	3
MCV245	Travaux de synthèse et politique commerciale II	6
MCV246	Stage professionnel	6
MCV247	Environnement juridique et éducation civique II	3
Total		30