



PRÉ-REQUIS

Peuvent déposer une candidature : les titulaires du baccalauréat général et technologique ou les titulaires de tout autre diplôme équivalent (Bac professionnel, DAEU, etc...) avec mention très bien.



CONDITION D'ADMISSION

Pour le BUT 1 : candidature sur www.parcoursup.fr
Pour le BUT 2 & 3 : candidature sur [ecandidat](https://ecandidat.univ-paris13.fr/ecandidat/#laccueilView) :
<https://ecandidat.univ-paris13.fr/ecandidat/#laccueilView>
Modalités : sur dossier
Admission définitive soumise à la signature d'un contrat d'apprentissage.

Métiers visés

Les diplômés exerceront les métiers de Brand management et de l'événementiel.

- Brand identity manager
- Responsable / Coordinateur de marque
- Activateur de marque
- Chargé de communication produit
- Chargé de projet événementiel
- Responsable de service mécénat, partenariat, programmation culturelle
- Chargé de communication
- Assistant Content Manager
- Assistant chef de produit

Accessibilité

Condition d'accueil et d'accès des publics en situation de Handicap. Pour plus d'informations :
<https://site.cfa-union.org/pages/handicap>

COMMERCE – COMMUNICATION
MANAGEMENT – MARKETING

BAC +3

COMMERCE – COMMUNICATION
MANAGEMENT – MARKETING
BUT TC SME St Denis



CONTACTS

Contacts filière

Responsable de la formation :
Samir FATMI
samirfatmi7@gmail.com

Secrétariat :
Sabrina MIMOUNE
fatma.mimoune@univ-paris13.fr

Contacts CFA UNION

Pour toute information concernant l'apprentissage
et les conditions du contrat :
www.cfa-union.org

Version Décembre 2025

 **IUT de Saint-Denis**
Université Sorbonne Paris Nord




UNION

www.cfa-union.org


UNION



LIEU DE LA FORMATION

IUT de Saint-Denis
Place du 8 mai 1945
93206 SAINT-DENIS
<https://iutsd.univ-paris13.fr/>

BAC +3 - BUT 3

TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION STRATÉGIE DE MARQUE ET ÉVÉNEMENTIEL

BUT TC SME St Denis



TYPE DE CONTRAT



Contrat d'apprentissage



Contrat de professionnalisation



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation forme de futurs cadres intermédiaires capables d'intervenir dans toutes les étapes de la commercialisation d'un bien ou d'un service.

Le parcours « Stratégie de marque et événementiel » vise à former les étudiants à du management de la marque (Branding management) en développant leurs compétences dans la valorisation de la marque à travers l'élaboration de contenus pour une marque et le suivi des relations médias, publiques et une marque et le suivi des relations médias, publiques et dans le pilotage et la gestion des projets événementiel autour de la marque notamment (manager un projet événementiel).



RYTHME DE L'ALTERNANCE

3 ans. Volume horaire à l'IUT : 2058 heures.
(BUT 1 : 763h / BUT 2 : 665h / BUT 3 : 630h)

Rythme d'alternance :

1 semaine IUT / 1 semaine entreprise

Pour plus d'informations
sur le financement de nos formations

www.cfa-union.org
<https://site.cfa-union.org/pages/financement>



PROGRAMME DE LA FORMATION

Compétences		
Tronc commun	Marketing	Conduire les actions marketing : En analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers En évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché En quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur En analysant avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise En élaborant un mixte adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents En adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique
	Vente	Vendre une offre commerciale : En respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique En élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation En utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation En prospectant à l'aide d'outils adaptés En adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale
	Communication commerciale	Communiquer l'offre commerciale : En élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix En utilisant les outils de la communication commerciale adapté à la demande et aux contraintes de l'organisation En produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs En respectant la réglementation en vigueur
Parcours SME	Branding	Élaborer l'identité d'une marque : En analysant de manière pertinente l'image et les territoires de la marque En déterminant judicieusement les valeurs et composantes essentielles de la marque En mettant en place des actions pour valoriser l'image de marque En mesurant correctement l'efficacité de marque (image voulue, image perçue)
	Événementiel	Manager un projet événementiel : En s'adaptant aux besoins du commanditaire de manière optimale En utilisant efficacement les outils de gestion de projet et de management d'équipe En mettant en œuvre des outils de communication et de commercialisation adaptés En respectant les contraintes juridiques, budgétaires et logistiques