



RUSH
SCHOOL

BTS Management commercial opérationnel

BTS MCO - Titre RNCP38362

Le BTS Management Commercial Opérationnel (MCO) forme des professionnels aptes à gérer et développer des unités commerciales, qu'elles soient physiques ou en ligne. Ce programme prépare les étudiants à des rôles variés, tels que responsables de rayon, adjoints de magasin ou directeurs de petites structures commerciales. Il met l'accent sur des compétences clés comme le développement des ventes, la gestion financière, la gestion des stocks, et le management d'équipes, tout en intégrant une solide maîtrise des systèmes d'information et de la communication commerciale.

L'expérience client est au cœur de cette formation, soulignant l'importance de la satisfaction client pour optimiser les ventes et améliorer le panier moyen. Les futurs diplômés apprennent à anticiper et répondre aux attentes des clients, une compétence essentielle dans le secteur commercial. Le programme est conçu autour d'une approche pratique, avec des études de cas, des projets concrets et des périodes de stage en entreprise ou en alternance, favorisant une immersion totale dans le monde professionnel.

La digitalisation du commerce transforme l'organisation et la gestion des unités commerciales. Les diplômés du BTS MCO sont préparés à naviguer dans un environnement où la digitalisation est omniprésente, nécessitant une adaptation continue des pratiques managériales, une optimisation des parcours clients, et une utilisation efficace des technologies numériques pour enrichir l'offre et améliorer les performances.

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. N'hésitez pas à contacter notre référent handicap pour toute information supplémentaire : a.pophillat@rush-school.com.

INSCRIPTION

Du 15 mars 2023 au 06 décembre 2024

PRÉREQUIS

Titulaire d'un bac, ou certification professionnelle de niveau 4

MODALITÉS D'ACCÈS

Sur dossier et entretien

FORMATION

En alternance ou en initial

RYTHME

2 jours en formation 3 jours en entreprise

NOMBRE D'HEURES

1680 heures sur 2 ans

PRIX DE LA FORMATION EN ALTERNANCE :

La formation est financée par l'OPCO de l'entreprise

PRIX DE LA FORMATION EN INITIAL :

3900 € par an

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examens blancs, contrôle continu à la fin de la deuxième année, examens officiels

MOBILITÉ

Quatre semaines de mobilité sont envisageables

MÉTHODES MOBILISÉES

- Cours magistraux
- Travaux dirigés (TD)
- Travaux pratiques (TP)
- Études de cas
- Projets collaboratifs et individuels
- Supports multimédias interactifs
- Visites sur le terrain
- Intégration des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication)
- Étude de documents professionnels
- Diverses méthodes d'évaluation

OPPORTUNITÉS DE CARRIÈRE

- Conseiller de vente et de services / Vendeur/conseiller e-commerce / Chargé de clientèle / Chargé du service client / Marchandiseur / Manager adjoint / Manager d'une unité commerciale de proximité
- Chef des ventes / Chef de rayon / Responsable e-commerce / Responsable de drive / Responsable adjoint / Manager de rayon(s) / Manager de la relation client / Responsable de secteur, de département / Manager d'une unité commerciale

OPTIONS DE POURSUITE D'ÉTUDES

- Licence professionnelle dans le domaine du commerce, de la vente ou du management
- Bachelor en marketing, vente, commerce ou management
- Diplôme de Niveau Bac+3 en école de commerce
- Diplôme de Niveau Bac+3 dans le commerce ou la vente

Le diplôme est obtenu par l'obtention d'une note moyenne supérieure à 10/20 à l'ensemble des épreuves.

Le candidat ayant déjà validé des blocs de compétences peut être dispensé des épreuves correspondantes.

Les objectifs

Développer la relation client et vente conseil

- Assurer la veille informationnelle
- Réaliser et exploiter des études commerciales
- Vendre dans un contexte omnicanal
- Entretenir la relation client

Animer et dynamiser une offre commerciale

- Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services
- Organiser l'espace commercial
- Développer les performances de l'espace commercial
- Concevoir et mettre en place la communication commerciale
- Évaluer l'action commerciale

Assurer la gestion opérationnelle

- Gérer les opérations courantes
- Prévoir et budgétiser l'activité
- Analyser les performances

Manager l'équipe commerciale

- Organiser le travail de l'équipe commerciale
- Recruter des collaborateurs
- Animer l'équipe commerciale
- Évaluer les performances de l'équipe commerciale