Le 20 novembre 2018

JORF n°0257 du 7 novembre 2018

Texte n°21

Arrêté du 15 octobre 2018 portant définition et fixant les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur « Management commercial opérationnel »

NOR: ESRS1827364A

ELI:https://www.legifrance.gouv.fr/eli/arrete/2018/10/15/ESRS1827364A/jo/texte

La ministre de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation,

Vu le code de l'éducation, notamment ses articles D. 643-1 à D. 643-35 ;

Vu l'arrêté du 9 mai 1995 relatif au positionnement en vue de la préparation du baccalauréat professionnel, du brevet professionnel et du brevet de technicien supérieur ;

Vu l'arrêté du 24 juin 2005 fixant les conditions d'obtention de dispenses d'unités au brevet de technicien supérieur ;

Vu l'arrêté du 24 juillet 2015 fixant les conditions d'habilitation à mettre en œuvre le contrôle en cours de formation en vue de la délivrance du certificat d'aptitude professionnelle, du baccalauréat professionnel, du brevet professionnel, de la mention complémentaire, du brevet des métiers d'art et du brevet de technicien supérieur ;

Vu l'avis de la commission professionnelle consultative « commercialisation et distribution » du 31 mai 2018 ;

Vu l'avis du Conseil national de l'enseignement supérieur et de la recherche du 17 septembre 2018 ;

Vu l'avis du Conseil supérieur de l'éducation du 20 septembre 2018,

Arrête :

Article 1

La définition et les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur « Management commercial opérationnel » sont fixées conformément aux dispositions du présent arrêté.

Sa présentation synthétique fait l'objet d'une annexe introductive jointe au présent arrêté.

Article 2

Le référentiel des activités professionnelles, le référentiel de certification, les unités constitutives du diplôme et les unités communes au brevet de technicien supérieur « Management commercial opérationnel » et à d'autres spécialités de brevet de technicien supérieur sont définis respectivement en annexes I a, I b, II a et II b au présent arrêté.

Le règlement d'examen et la définition des épreuves ponctuelles et des situations d'évaluation en cours de formation sont fixés respectivement en annexes II c et II d au présent arrêté.

L'horaire hebdomadaire des enseignements en formation initiale sous statut scolaire et le stage en milieu professionnel sont définis respectivement en annexes III a et III b au présent arrêté.

Article 3

Pour chaque session d'examen, la date de clôture des registres d'inscription et la date de début des épreuves pratiques ou écrites sont arrêtées par le ministre chargé de l'enseignement supérieur.

Chaque candidat s'inscrit à l'examen dans sa forme globale ou dans sa forme progressive conformément aux dispositions des articles D. 643-14 et D. 643-20 à D. 643-23 du code de l'éducation. Dans le cas de la forme progressive, le candidat précise les épreuves ou unités qu'il souhaite subir à la session à laquelle il s'inscrit.

La liste des pièces à fournir lors de l'inscription à l'examen est fixée par chaque recteur.

Le brevet de technicien supérieur « Management commercial opérationnel » est délivré aux candidats ayant passé avec succès l'examen défini par le présent arrêté conformément aux dispositions des articles D. 643-13 à D. 643-26 du code de l'éducation.

Article 4

Les correspondances entre les épreuves de l'examen organisées conformément à l'arrêté du 30 juillet 2003 modifié portant définition et fixant les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur « Management des unités commerciales » et les épreuves de l'examen organisées conformément au présent arrêté sont précisées en annexe IV au présent arrêté.

La durée de validité des notes égales ou supérieures à 10 sur 20 aux épreuves de l'examen subi selon les dispositions de l'arrêté du 30 juillet 2003 précité et dont le candidat demande le bénéfice dans les conditions prévues à l'alinéa précédent, est reportée dans le cadre de l'examen organisé selon les dispositions du présent arrêté conformément à l'article D. 643-15 du code de l'éducation, et à compter de la date d'obtention de ce résultat.

Article 5

La première session du brevet de technicien supérieur « Management commercial opérationnel » organisée conformément aux dispositions du présent arrêté a lieu en 2021.

La dernière session du brevet de technicien supérieur « Management des unités commerciales » organisée conformément aux dispositions de l'arrêté du 30 juillet 2003 précité a lieu en 2020. A l'issue de cette session, l'arrêté du 30 juillet 2003 précité est abrogé.

Article 6

La directrice générale de l'enseignement supérieur et de l'insertion professionnelle et les recteurs sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Annexe

SOMMAIRE

Tableau de synthèse : Domaines d'activités - Blocs de compétences - Unités

Annexe I. - Référentiels du diplôme

Annexe I a : Référentiel des activités professionnelles

Annexe I b : Référentiel de certification

Annexe II. - Modalités de certification

Annexe II a : Unités constitutives du diplôme

Annexe II b : Dispenses d'unités

Annexe II c : Règlement d'examen

Annexe II d : Définition des épreuves

Annexe III. - Organisation de la formation

Annexe III a : Grille horaire

Annexe III b : Stage en milieu professionnel

Annexe IV. - Tableau de correspondance

Annexe

Tableau de synthèse : Domaines d'activités - Blocs de compétences - Unités

DOMAINES D'ACTIVITÉS	BLOCS DE COMPÉTENCES	UNITÉS
Domaine d'activités 1 : Développement de la relation client et vente conseil - Collecte, analyse et exploitation de l'information commerciale - Vente conseil - Suivi de la relation client - Suivi de la qualité de services - Fidélisation de la clientèle - Développement de clientèle	Bloc de compétences 1 : Développer la relation client et assurer la vente conseil - Assurer la veille informationnelle - Réaliser des études commerciales - Vendre - Entretenir la relation client	Unité U41 : Développement de la relation client et vente conseil
Domaine d'activités 2 : Animation et dynamisation de l'offre commerciale - Élaboration et adaptation continue de l'offre de produits et de services - Agencement de l'espace commercial - Maintien d'un espace commercial attractif et fonctionnel - Mise en valeur de l'offre de produits et de services - Organisation de promotions et d'animations commerciales - Conception et mise en place de la communication sur l'unité commerciale	Bloc de compétences 2 : Animer et dynamiser l'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	Unité U42 : Animation et dynamisation de l'offre commerciale

- Conception et mise en œuvre de la communication externe de l'unité commerciale - Analyse et suivi de l'action commerciale		
Domaine d'activités 3 : Gestion opérationnelle - Fixation des objectifs commerciaux - Gestion des approvisionnements et suivi des achats - Gestion des stocks - Suivi des règlements - Élaboration des budgets - Gestion des risques liés à l'activité commerciale - Participation aux décisions d'investissement - Analyse des performances - Mise en œuvre du reporting	Bloc de compétences 3 : Assurer la gestion opérationnelle - Gérer les opérations courantes - Prévoir et budgétiser l'activité - Analyser les performances	Unité U5 : Gestion opérationnelle
Domaine d'activités 4 : Management de l'équipe commerciale - Évaluation des besoins en personnel - Répartition des tâches - Réalisation de plannings - Organisation du travail - Recrutement et intégration	Bloc de compétences 4 : 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	Unité U6 : Management de l'équipe commerciale

- Animation et valorisation de l'équipe - Évaluation des performances individuelles et collectives de l'équipe - Individualisation de la formation des membres de l'équipe		
	Culture générale et expression Appréhender et réaliser un message écrit : - Respecter les contraintes de la langue écrite - Synthétiser des informations - Répondre de façon argumentée à une question posée en relation avec les documents proposés en lecture Communiquer oralement : - S'adapter à la situation - Organiser un message oral	Unité U1 : Culture générale et expression
	Langue vivante étrangère 1 Niveau B2 du CECRL pour les activités langagières suivantes : - Compréhension de documents écrits - Production écrite - Compréhension de l'oral - Production et interactions orales	Unité U21 : Compréhension de l'écrit et expression écrite
	Langue vivante étrangère 1	Unité U22 :

	- Compréhension de l'oral - Production et interactions orales	Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction
	Culture économique, juridique et managériale - Analyser des situations auxquelles l'entreprise est confrontée - Exploiter une base documentaire économique, juridique ou managériale - Proposer des solutions argumentées et mobilisant des notions et les méthodologies économiques, juridiques ou managériales - Établir un diagnostic (ou une partie de diagnostic) préparant une prise de décision stratégique - Exposer des analyses et des propositions de manière cohérente et argumentée	Unité U3 : Culture économique, juridique et managériale
	Bloc facultatif : Langue vivante 2 Niveau B1 du CECRL pour les activités langagières suivantes : - Compréhension de documents - Production et interactions orales	Unité UF1 : LV 2
	Bloc facultatif : Parcours de professionnalisation à l'étranger - Comprendre le cadre de travail et son contexte culturel	Unité UF2 : Parcours de professionnalisation à l'étranger

	- Comparer des pratiques professionnelles observées ou mises en œuvre à l'étranger avec les pratiques ayant cours dans un contexte français - Repérer et mettre en valeur des pratiques professionnelles susceptibles d'enrichir les approches françaises	
	Bloc facultatif : Entrepreneuriat - Réaliser un diagnostic préalable à la création ou à la reprise d'une unité commerciale - Choisir le positionnement de l'unité commerciale - Évaluer le potentiel commercial - Mesurer la solidité des relations de partenariat envisagées - Effectuer la gestion prévisionnelle des ressources humaines - Étudier la faisabilité financière du projet de création ou de reprise	Unité UF3 : Entrepreneuriat

Annexe

ANNEXE I

RÉFÉRENTIELS DU DIPLÔME

Annexe I a Référentiel des activités professionnelles

Brevet de technicien supérieur Management commercial opérationnel (MCO)

I. - Champ d'activités

I.1. - Définition

Le titulaire du brevet de technicien supérieur Management commercial opérationnel (MCO) a pour perspective de prendre la responsabilité opérationnelle de tout ou partie d'une unité commerciale.

Une unité commerciale est un lieu physique et/ou virtuel permettant à un client potentiel d'accéder à une offre de produits ou de services.

Le titulaire du BTS MCO prend en charge la relation client dans sa globalité ainsi que l'animation et la dynamisation de l'offre. Il assure également la gestion opérationnelle de l'unité commerciale ainsi que le management de son équipe commerciale. Cette polyvalence fonctionnelle s'inscrit dans un contexte d'activités commerciales digitalisées visant à mettre en œuvre la politique commerciale du réseau et/ou de l'unité commerciale.

Le titulaire du BTS MCO exerce son métier en autonomie en s'adaptant à son environnement professionnel.

I.2. - Contexte professionnel

I.2.1. - Emplois concernés

Le titulaire du BTS MCO accède à plusieurs niveaux de responsabilité, en fonction de son expérience, de la taille de l'organisation qui l'emploie et des opportunités professionnelles qui s'offrent à lui. Il peut être amené à créer ou reprendre une unité commerciale en qualité d'entrepreneur.

Les appellations les plus courantes des emplois relevant du champ professionnel du diplôme concerné sont les suivantes :

Dès l'obtention du BTS :

- conseiller de vente et de services ;

- vendeur/conseil ;

- vendeur/conseiller e-commerce ;

- chargé de clientèle ;

- chargé du service client ;

- marchandiseur ;

- manageur adjoint ;

- second de rayon ;

- manageur d'une unité commerciale de proximité.

Avec expérience :

- chef des ventes ;

- chef de rayon ;

- responsable e-commerce ;

- responsable de drive ;

- responsable adjoint ;

- manageur de caisses ;

- manageur de rayon(s) ;

- manageur de la relation client ;

- responsable de secteur, de département ;

- manageur d'une unité commerciale.

I.2.2. - Types d'organisation, de produit, de clientèle

Le titulaire du BTS Management commercial opérationnel exerce ses activités essentiellement dans :

- des entreprises de distribution des secteurs alimentaires ou spécialisés ;

- des unités commerciales d'entreprises de production ;

- des entreprises de commerce électronique ;

- des entreprises de prestation de services ;

- des associations à but lucratif dont l'objet repose sur la distribution de produits et/ou de services.

Ces organisations s'adressent aussi bien à une clientèle de particuliers que de professionnels.

I.2.3. - Place au sein de l'organisation

Selon la nature et la taille de l'organisation et en fonction de son expérience et des opportunités, le titulaire du BTS Management commercial opérationnel peut exercer son activité :

- sous l'autorité et l'encadrement d'un dirigeant dans le cadre d'une unité commerciale à gestion fortement intégrée ;

- dans un contexte d'autonomie plus large, lorsqu'il est responsable d'une unité commerciale indépendante ou à gestion décentralisée.

I.2.4. - Environnement économique et technique des emplois

La digitalisation de l'unité commerciale et de son activité

La digitalisation de l'unité commerciale physique conduit à repenser l'organisation, l'assortiment effectif (vs. la disponibilité en ligne), l'agencement (avec notamment des zones de stockage, des espaces dédiés au click and collect, l'intégration d'outils digitaux), à réorganiser les rôles et les missions des personnels et à faire évoluer les pratiques managériales.

Dans ce contexte les applications numériques utilisées au sein des points de vente par les clients et/ou l'équipe commerciale, contribuent à améliorer les performances, à enrichir l'offre, à générer du trafic et à optimiser l'expérience client.

La digitalisation se traduit également par le développement de canaux de vente complémentaires permettant de faciliter, d'accompagner les parcours d'achat diversifiés des clients et d'enrichir leur expérience. Elle implique notamment l'utilisation d'outils de communication ciblant directement le client et des démarches commerciales exploitant les réseaux sociaux.

L'évolution des formats, des concepts et la cohabitation des méthodes de vente

Le contexte déterminé par l'évolution en continu de la demande mais également par celle de l'offre concurrentielle, les synergies recherchées et devenues inévitables entre les unités commerciales physiques et virtuelles font évoluer à la fois les concepts de vente et les formats des unités commerciales, transforment les postes et les métiers exigeant des personnels en contact d'apporter davantage de valeur ajoutée par rapport aux autres canaux de distribution. Il s'agit à cet égard de retrouver de nouvelles sources de différenciation.

Globalement, il est essentiel de fournir aux clients le niveau de service exigé à travers tous les canaux. Il s'agit de s'interroger sur la façon dont on peut mieux servir les clients, réduire les coûts et, finalement, augmenter les ventes en conjuguant de façon cohérente tous les canaux pour en maximiser les bénéfices.

L'impact de l'omnicanalité sur la gestion de la relation client

Le développement de l'omnicanal nécessite une remise en cause de l'approche commerciale envers les clients dont les parcours d'achat et d'accès à l'information se diversifient. Le processus d'achat se complexifie et se diversifie.

Dès lors, les titulaires du BTS Management commercial opérationnel doivent nécessairement intégrer l'omnicanalité dans leur démarche et adopter une approche renouvelée de la relation client depuis la veille informationnelle en amont de la vente jusqu'à l'après-vente et la fidélisation. Finaliser la vente ne suffit plus. Il est nécessaire de créer du trafic et d'entretenir le capital client par la mise en œuvre d'actions mercatiques comme l'adaptation permanente de l'offre au contexte local, l'organisation d'événements, l'animation d'une communauté de clients ou le suivi de la e-réputation par exemple.

I.2.5. - Conditions générales d'exercice

L'activité du titulaire du BTS MCO s'exerce auprès de la clientèle actuelle et potentielle de

l’entreprise. Elle varie en fonction des structures, des missions et des statuts de l’organisation qui l’emploie.

Le titulaire du BTS MCO maîtrise les techniques essentielles de management opérationnel, de gestion et d’animation commerciale. Il utilise ses compétences en communication dans son activité courante. Il met en œuvre en permanence les applications et technologies digitales ainsi que les outils de traitement de l’information.

Ses activités professionnelles exigent le respect de la législation, des règles d’éthique et de déontologie. Elles s’inscrivent également dans un souci constant de lutte contre toutes les discriminations professionnelles, de préservation de l’environnement et de contribution au développement durable.

I.3. - Délimitation et pondération des domaines d’activités

Le titulaire du BTS MCO exerce les activités relevant des domaines suivants :

- développement de la relation client et vente conseil ;

- animation et dynamisation de l’offre commerciale ;

- gestion opérationnelle ;

- management de l’équipe commerciale.

Leur mise en œuvre peut varier selon la nature, la taille et les modalités de fonctionnement des organisations concernées, le type et la complexité des produits ou des services commercialisés.

II. - Description des activités

Le titulaire du diplôme exerce son activité au sein d’une organisation qui distribue des produits et/ou services et propose une expérience d’achat omnicanale.

Domaine d’activités 1 : développement de la relation client et vente conseil

Activités relevant du domaine :

- collecte, analyse et exploitation de l’information commerciale ;

- vente conseil ;

- suivi de la relation client ;

- suivi de la qualité de services ;

- fidélisation de la clientèle ;

- développement de clientèle.

Conditions d’exercice

L’activité de vente conseil du titulaire du diplôme s’inscrit dans une démarche de relation client pérenne régulièrement évaluée. Elle implique l’exploitation d’informations sur le marché, les clients, la concurrence, les produits et services de l’unité commerciale. Les différentes activités nécessitent le recours aux outils numériques.	
Ressources et moyens mis à disposition	Relations
Bases de données clients, produits et services, état des stocks Outils d’aide à la vente Supports commerciaux et de communication Documentation technique Conditions générales de vente Résultats d’études quantitatives et qualitatives Informations sur les marchés, la zone de chalandise Plans d’action commerciale Règlementations, normes, procédures, contraintes Tableaux de bord, indicateurs Internet, extranet, intranet, forums, blogs, réseaux sociaux Logiciels et progiciels Terminaux fixes et mobiles	Relations internes Responsables hiérarchiques Équipe commerciale Services supports Relations externes Clients Fournisseurs Prestataires de services Concurrents
Résultats attendus L’environnement de la vente est maitrisé. La vente conseil est réalisée, avec la qualité de service requise, dans une démarche de pérennisation de la relation client. Les clients sont satisfaits. Les objectifs commerciaux sont réalisés. Les objectifs de fidélisation et de développement de clientèle sont atteints.	

Domaine d'activités 2 : animation et dynamisation de l'offre commerciale

Activités relevant du domaine :

- élaboration et adaptation continue de l'offre de produits et de services ;

- agencement de l'espace commercial ;

- maintien d'un espace commercial attractif et fonctionnel ;

- mise en valeur de l'offre de produits et de services ;

- organisation de promotions et d'animations commerciales ;

- conception et mise en place de la communication au sein de l'unité commerciale ;

- conception et mise en œuvre de la communication commerciale externe de l'unité commerciale ;

- analyse et suivi de l'action commerciale.

<table>
<tr><td colspan="2">Conditions d'exercice</td></tr>
<tr><td colspan="2">En fonction du format de l'unité commerciale et de l'autonomie dont il dispose, le titulaire du diplôme contribue à l'élaboration d'une offre adaptée à la clientèle. Il veille à la fonctionnalité et à l'attractivité de l'espace commercial. Par ses actions de promotion, d'animation et de communication commerciales, il entretient et développe le flux de clientèle pour accroitre les ventes. Son activité s'inscrit dans le respect de la politique commerciale de l'enseigne et il analyse les résultats dans cette optique. Les différentes tâches nécessitent le recours aux outils numériques.</td></tr>
<tr><td>Ressources et moyens mis à disposition</td><td>Relations</td></tr>
<tr><td>Bases de données clients, produits et services, état des stocks

Supports commerciaux et de communication

Documentation technique

Résultats d'études quantitatives et qualitatives

Informations sur les marchés, la zone de chalandise

Plans d'action commerciale

Plans d'implantation

Règlementations, normes, procédures, contraintes</td><td>Relations internes

Responsables hiérarchiques

Équipe commerciale

Services supports

Relations externes

Clients actuels et potentiels

Fournisseurs

Prestataires de services

Concurrents</td></tr>
</table>

Règles de qualité, hygiène, sécurité et environnement Contrats de maintenance et d'assurance Internet, extranet, intranet, forums, blogs, réseaux sociaux Logiciels et progiciels Terminaux fixes et mobiles	
Résultats attendus L'offre de produits et de services est en adéquation avec les attentes de la clientèle, le contexte local et la politique de l'enseigne. L'espace de vente est fonctionnel. Le client est informé sur l'offre de produits et services pour favoriser l'acte d'achat. L'espace de vente est attractif et déclenche les achats. La notoriété, l'image et la fréquentation de l'unité commerciale sont satisfaisantes ou s'améliorent. L'activité de l'unité commerciale fait l'objet d'un suivi permanent et d'une analyse. Le niveau de satisfaction de la clientèle s'améliore. Les performances commerciales sont analysées et des axes d'amélioration adaptés sont proposés.	

Domaine d'activités 3 : gestion opérationnelle

Activités relevant du domaine :

- fixation des objectifs commerciaux ;

- gestion des approvisionnements et suivi des achats ;

- gestion des stocks ;

- suivi des règlements ;

- élaboration des budgets ;

- gestion des risques liés à l'activité commerciale ;

- participation aux décisions d'investissement ;

- analyse des performances ;

- mise en œuvre du reporting.

<table>
<tr><td colspan="2">Conditions d’exercice</td></tr>
<tr><td colspan="2">À l’aide d’indicateurs de performance, le titulaire du diplôme assure la gestion quotidienne de l’unité commerciale et d’opérations commerciales plus ponctuelles dans le respect des contraintes d’objectifs et de budgets de la politique commerciale. Il veille à la maintenance et au renouvellement des équipements pour assurer le fonctionnement de l’unité commerciale. Son niveau de participation aux décisions d’investissement varie en fonction du format de l’unité commerciale et de l’autonomie dont il dispose. Il réalise un suivi des résultats et propose des mesures correctrices. Les différentes tâches nécessitent le recours aux outils numériques.</td></tr>
<tr><td>Ressources et moyens mis à disposition</td><td>Relations</td></tr>
<tr><td>Tableaux de bord

Budgets

Compte d’exploitation

Documents comptables et financiers

Documents techniques et commerciaux des fournisseurs

Règlementations, normes, procédures et contraintes

Règles de qualité, d’hygiène, de sécurité et environnementales

Contrats de maintenance et d’assurance

Extranet, intranet

Logiciels et progiciels

Terminaux fixes et mobiles</td><td>Relations internes

Responsables hiérarchiques

Équipe commerciale

Services supports

Plateforme logistique

Centrale d’achat

Relations externes

Fournisseurs

Clients

Prestataires de services logistiques et bancaires</td></tr>
<tr><td colspan="2">Résultats attendus

Les objectifs sont atteints.

La gestion des stocks et des approvisionnements est rationnalisée.

Les performances de gestion opérationnelle sont analysées et des axes d’amélioration adaptés sont proposés.</td></tr>
</table>

Les investissements réalisés assurent la continuité du fonctionnement et/ou le développement de l'unité commerciale. La rentabilité de l'activité est assurée. La remontée des informations est réalisée. Les risques sont identifiés et les incidents sont traités.

Domaine d'activités 4 : management de l'équipe commerciale

Activités relevant du domaine :

- évaluation des besoins en personnel ;

- répartition des tâches ;

- réalisation de plannings ;

- organisation du travail ;

- recrutement et intégration ;

- animation et valorisation de l'équipe ;

- évaluation des performances individuelles et collectives de l'équipe ;

- individualisation de la formation des membres de l'équipe.

Conditions d'exercice	
En fonction du format de l'unité commerciale et de l'autonomie dont il dispose, le titulaire du diplôme organise le travail de l'équipe en tenant compte des contraintes commerciales, des contingences du personnel dans le respect du contexte réglementaire. Il analyse et valorise le potentiel de son équipe, détermine les besoins en personnel et en formation, participe au recrutement et à l'intégration. Il favorise l'implication des membres de son équipe. Les différentes activités nécessitent le recours aux outils numériques.	
Ressources et moyens mis à disposition	Relations
Informations sur les marchés, la zone de chalandise Tableaux de bord Plans d'action commerciale Règles de qualité, hygiène, sécurité et environnement	Relations internes Responsables hiérarchiques Équipe commerciale Services supports Relations externes

Règlementations, normes, procédures et contraintes Conventions collectives Contrats de travail Règlement intérieur Base de données du personnel Fiches de postes Protocoles d'entretien d'embauche, d'entretien professionnel et d'évaluation Grilles salariales Plans de formation Internet, extranet, intranet, forums et réseaux sociaux Logiciels et progiciels Terminaux fixes et mobiles	Prestataires de services Fournisseurs Partenaires institutionnels
Résultats attendus Les plannings sont opérationnels. Les besoins en personnel et en compétences sont identifiés. Le plan de formation est adapté aux besoins repérés. L'équipe est accompagnée et motivée. Les performances de l'équipe sont analysées et des axes d'amélioration adaptés sont proposés. Les indicateurs sociaux sont conformes aux objectifs de l'unité commerciale.	

Annexe

ANNEXE I b Référentiel de certification

BTS Management commercial opérationnel

Autonomie et responsabilité

Le titulaire du BTS MCO exerce son métier en analysant son environnement professionnel et en s'adaptant à ses évolutions. L'autonomie dont il dispose le conduit à mener et évaluer ses activités professionnelles afin d'optimiser ses performances. Il anime, supervise les activités de son équipe et en évalue l'efficacité dans un souci d'amélioration continue. Il veille à l'application des procédures en vigueur dans son unité commerciale. Il adapte son comportement professionnel et les techniques mises en œuvre aux différentes situations auxquelles il est confronté. Il agit dans le souci constant de préserver l'environnement, de contribuer au développement durable et de lutter contre toutes les formes de discrimination. Il respecte en toute circonstance les règles d'éthique et de déontologie.

Le contexte omnicanal et digitalisé lui impose un recours permanent aux outils numériques et influe fortement sur les compétences ci-dessous.

Bloc de compétences n° 1 : développer la relation client et assurer la vente conseil

Compétences	Savoirs associés
Assurer la veille informationnelle Rechercher et mettre à jour l'information Mobiliser les ressources numériques Sélectionner l'information Hiérarchiser l'information Analyser l'information Exploiter l'information pour la prise de décision	Le cadre légal et réglementaire de la relation client et de la vente conseil La relation commerciale L'information commerciale Le système d'information commercial Les études commerciales La zone de chalandise La connaissance du client Les facteurs d'influence de l'achat La vente et le conseil client dans un contexte omnicanal Le marketing après-vente et la fidélisation Le capital client
Réaliser et exploiter des études commerciales Construire une méthodologie Recueillir les données Exploiter les résultats	
Vendre dans un contexte omnicanal Préparer la vente Accueillir le client Conseiller Argumenter	

Conclure la vente Entretenir la relation client Suivre les évolutions des attentes du client Évaluer l'expérience client Accompagner le client Fidéliser la clientèle Accroitre la « valeur client »	
Critères d'évaluation Les techniques et outils de la veille commerciale sont appropriés. L'information produite est fiable et pertinente pour la prise de décision. Les méthodologies d'études sont adaptées au contexte. Les résultats des études sont exploitables. La démarche de vente conseil est pertinente. Les attentes du client et leurs évolutions sont prises en compte. Les techniques de fidélisation mises en œuvre sont adaptées. Les objectifs de vente, de fidélisation et d'accroissement de la « valeur client » sont atteints. La communication est mise en œuvre au service de l'efficacité relationnelle.	

Bloc de compétences n° 2 : animer et dynamiser l'offre commerciale

Compétences	Savoirs associés
Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services Analyser la demande Analyser l'offre existante Construire et/ou adapter l'offre de l'unité commerciale	Le cadre économique, légal et réglementaire de l'animation et de la dynamisation de l'offre Le marché Les unités commerciales et l'omnicanalité L'offre de produits et services
Organiser l'espace commercial	Les relations producteurs/distributeurs

Agencer l'espace commercial Garantir la disponibilité de l'offre Maintenir un espace commercial opérationnel et attractif Respecter les préconisations de l'enseigne, la réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité	Le marchandisage L'animation commerciale et les actions promotionnelles La communication de l'unité commerciale
Développer les performances de l'espace commercial Mettre en valeur les produits Optimiser l'implantation de l'offre Proposer et organiser des animations commerciales Proposer et organiser des opérations promotionnelles	
Concevoir et mettre en place la communication commerciale Concevoir et mettre en œuvre la communication sur le lieu de vente Concevoir et mettre en œuvre la communication commerciale externe Exploiter les réseaux sociaux, les applications et tout autre outil numérique au service de la communication commerciale	
Évaluer l'action commerciale Analyser l'impact des actions mises en œuvre Proposer des axes d'amélioration ou de développement	
Critères d'évaluation L'analyse de la demande et de l'offre est pertinente. L'offre proposée est adaptée aux caractéristiques locales et est cohérente avec la politique commerciale de l'enseigne.	

Les achats des clients sont facilités par des linéaires bien approvisionnés et vendeurs. L'agencement de l'espace commercial facilite le travail du personnel et contribue au confort d'achat des clients. La réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité sont respectées. Les principes d'agencement de l'enseigne sont mis en œuvre. Les propositions d'animations et d'opérations promotionnelles sont cohérentes avec le contexte local et avec la politique commerciale de l'enseigne. Le choix des outils et des messages de communication est approprié. Les retombées de la communication commerciale sont analysées. Les performances d'implantation sont analysées. Les propositions d'axes d'amélioration ou de développement tiennent compte des réalités locales et, le cas échéant, nationales.

Bloc de compétences n° 3 : assurer la gestion opérationnelle

Compétences	Savoirs associés
Gérer les opérations courantes Garantir les approvisionnements Gérer les stocks Suivre les règlements et la trésorerie Fixer les prix Gérer les risques	Le cadre juridique des opérations de gestion Le cycle d'exploitation Les documents commerciaux Les opérations de règlement Les stocks et les approvisionnements Le financement de l'exploitation
Prévoir et budgétiser l'activité Fixer des objectifs commerciaux Élaborer des budgets Participer aux décisions d'investissement	La trésorerie Le compte de résultat Les coûts et les marges La fixation des prix
Analyser les performances Concevoir et analyser un tableau de bord	Le bilan La gestion des risques Les méthodes de prévision des ventes

Analyser la rentabilité de l'activité Exploiter et enrichir le système d'information commercial Proposer des mesures correctrices Rendre compte	Les budgets Le financement de l'investissement Les critères de choix d'investissement Les indicateurs de performance La rentabilité de l'activité Le reporting

Critères d'évaluation

Les contraintes légales et réglementaires sont respectées.

Les approvisionnements sont assurés et optimisés.

Le suivi des stocks est rigoureux.

Les calculs de trésorerie sont justes.

Les propositions de prix sont réalistes.

Les risques sont anticipés.

Le traitement des incidents et des situations de crise est efficace.

Les objectifs fixés sont réalistes.

Les budgets sont fiables et opérationnels.

Les propositions de décision d'investissement sont pertinentes.

Les tableaux de bord sont opérationnels.

Les données quantitatives sont judicieusement mobilisées.

Les propositions d'enrichissement du système d'information commercial sont appropriées.

Les comptes rendus sont adaptés et exploitables.

Les mesures correctrices sont cohérentes.

Bloc de compétences n° 4 : manager l'équipe commerciale

Compétences	Savoirs associés
Organiser le travail de l'équipe commerciale	Le cadre légal et réglementaire de l'activité

Recenser les ressources disponibles et les besoins Répartir les tâches Réaliser les plannings Respecter la législation.	La planification du travail L'ordonnancement des tâches Le recrutement de l'équipe commerciale La communication managériale L'animation de l'équipe commerciale Les techniques de conduite d'entretiens d'évaluation et d'entretien professionnels La rémunération de l'équipe commerciale La stimulation de l'équipe commerciale La formation de l'équipe commerciale La gestion des conflits La gestion des risques psycho-sociaux La gestion de crise Les performances individuelles et collectives
Recruter des collaborateurs Évaluer les besoins en compétences et en personnel Participer au recrutement Conduire un entretien de recrutement Intégrer les nouveaux arrivants	
Animer l'équipe commerciale Transmettre et expliquer les informations Conduire une réunion Conduire un entretien Favoriser l'implication des collaborateurs Accompagner et motiver l'équipe Repérer les besoins en formation Participer à la formation des collaborateurs Gérer les conflits et les situations de crise Prévenir et gérer les risques psycho-sociaux	
Évaluer les performances de l'équipe commerciale Concevoir et analyser un tableau de bord de suivi d'équipe Mesurer et analyser les performances individuelles et collectives Proposer des actions d'accompagnement	
Critères d'évaluation	

Les contraintes légales, réglementaires sont respectées.

La répartition des tâches est rationnelle.

Les plannings sont opérationnels.

Les informations utiles au travail de l'équipe sont transmises et expliquées.

Le recrutement est adapté aux besoins.

Les nouveaux collaborateurs sont intégrés.

Les objectifs des réunions sont atteints.

Les objectifs des entretiens sont atteints.

Les techniques d'animation sont maitrisées.

Les outils de stimulation sont mis en œuvre à bon escient.

Les besoins en formation sont correctement repérés.

La démarche de formation est efficace.

Les conflits, les risques psycho-sociaux, les situations de crise sont prévenus et/ou efficacement réglés.

Les tableaux de bord sont opérationnels.

La mesure et l'analyse des performances individuelles et collectives sont pertinentes.

Les actions d'accompagnement sont efficaces.

La communication est mise en œuvre au service de l'efficacité managériale.

SAVOIRS ET LIMITES DE SAVOIRS

Bloc de compétences 1 : développer la relation client et assurer la vente conseil

Savoirs associés	Limites de savoirs
Le cadre légal et réglementaire de la relation client et de la vente conseil	La réglementation des méthodes de vente La réglementation liée à la recherche, au stockage, au traitement et à la diffusion de l'information commerciale Le contrat de vente La réglementation du marketing après-vente

La relation commerciale	Les enjeux de la relation commerciale La variété des contacts commerciaux Les composantes de la relation commerciale La diversité des relations commerciales Les méthodes de vente et leur réglementation L'omnicanal La digitalisation de la relation commerciale La gestion de la relation client (GRC)
L'information commerciale	La typologie des informations Les sources d'information Les étapes de la recherche d'information Les méthodes de recueil, de stockage, de traitement, d'exploitation et de diffusion de l'information commerciale La réglementation liée à la recherche, au stockage, au traitement et à la diffusion de l'information commerciale
Le système d'information commercial	Les caractéristiques du système d'information commercial Les accès au système d'information, les droits et obligations attachés Les outils numériques
Les études commerciales	Les différents types d'études et leurs enjeux Les outils de collecte de l'information La méthodologie des études Les outils numériques de réalisation des études Les techniques de présentation et de diffusion des résultats d'études

La zone de chalandise	Les composantes de la zone de chalandise La structure et les caractéristiques géographiques et socio-économiques de la clientèle L'impact de la connaissance de la zone de chalandise sur la politique commerciale de l'unité commerciale Les méthodes d'évaluation du potentiel de la zone de chalandise La zone de chalandise des unités commerciales virtuelles Les outils de détermination et d'analyse de la zone de chalandise
La connaissance du client	La segmentation de la demande Le comportement du client Le processus d'achat dans un contexte omnicanal
Les facteurs d'influence de l'achat	La nature et le rôle des influenceurs Les facteurs contextuels
La vente et le conseil client dans un contexte omnicanal	La communication interpersonnelle et l'efficacité relationnelle Les étapes de la vente Les techniques de vente Les outils d'aide à la vente Les outils numériques au service du conseil et de la vente Le contrat de vente
Le marketing après-vente et la fidélisation	Les notions de satisfaction, de fidélité et de fidélisation Les enjeux du suivi de la clientèle dans la démarche commerciale Les outils et les moyens du marketing après-vente

	La mesure de la satisfaction et de la fidélisation La réglementation du marketing après-vente Les modalités de traitement des réclamations
Le capital client	La valeur client Le capital image La notoriété L'e-réputation L'expérience client.

Bloc de compétences 2 : animer et dynamiser l'offre commerciale

Savoirs associés	Limites de savoirs
Le cadre économique, légal et réglementaire de l'animation et la dynamisation de l'offre	L'unité commerciale dans son environnement économique Les dispositions légales et réglementaires en matière de contrats de distribution, d'urbanisme commercial, de négociations commerciales, d'animations commerciales et de communication La propriété industrielle, le droit des marques La réglementation des signes de qualité
Le marché	Les différents types de marchés Les composantes du marché La structure concurrentielle et les caractéristiques de l'offre Les composantes de l'environnement La consommaction Les nouvelles orientations des marchés

Les unités commerciales et l'omnicanalité	Les unités commerciales physiques L'e-commerce Les circuits et canaux de distribution Multicanal, cross canal, omnicanal… Les formes de commerce Les réseaux d'unités commerciales Les stratégies de distribution La politique commerciale des enseignes La logistique de distribution Les contrats de distribution L'urbanisme commercial
L'offre de produits et services	Le positionnement Les produits et services Les notions d'assortiment et de gamme L'emballage et la stylique La marque et le droit des marques La démarche et les signes de qualité Les services associés Le prix Les conditions générales de vente
Les relations producteurs/distributeurs	Les enjeux de la relation producteurs/distributeurs Les actions de la coopération commerciale Les étapes et les critères de la sélection des fournisseurs Les modèles de décision en matière de sélection des fournisseurs. Le cadre juridique des négociations

	commerciales
Le marchandisage	Les enjeux du marchandisage Les principes d'aménagement de l'espace Les techniques de marchandisage Les apports du digital L'e-merchandising La mesure des performances du marchandisage
L'animation commerciale et les actions promotionnelles	Les enjeux de l'animation commerciale Les actions d'animation commerciale des unités commerciales physiques et virtuelles Les actions promotionnelles des unités commerciales physiques et virtuelles La réglementation des animations commerciales et des actions promotionnelles L'évaluation des performances des animations commerciales et des actions promotionnelles
La communication de l'unité commerciale	Les objectifs de la communication commerciale Les moyens et supports de la communication sur le lieu de vente et de la communication externe locale La création de supports de communication La communication digitale par les réseaux sociaux La communication géolocalisée La réglementation des actions de communication La performance des actions de communication

Bloc de compétences n° 3 : assurer la gestion opérationnelle

Savoirs associés	Limites de savoirs
Le cadre économique, légal et réglementaire des opérations de gestion	Les principales dispositions légales et réglementaires relatives à chaque opération de gestion : documents commerciaux, délais de paiement, stocks, inventaires, fixation des prix, documents de synthèse, traitements des incidents, etc.
Le cycle d'exploitation	Les principales composantes du cycle d'exploitation Les flux physiques et financiers dans le cadre de l'activité quotidienne Le besoin en fonds de roulement (BFR)
Les documents commerciaux	Les éléments constitutifs des documents commerciaux La réglementation en matière de documents commerciaux
Les opérations de règlement	Les modes de règlements fournisseurs et clients Les outils de règlement Les délais de paiement et leur cadre juridique
Les stocks et les approvisionnements	Les enjeux stratégiques de la gestion des stocks Les indicateurs de gestion des stocks L'obligation d'inventaire Les méthodes de valorisation des stocks Le coût induit par la passation des commandes et la possession des stocks L'impact de la rotation des stocks sur la rentabilité La gestion des approvisionnements
Le financement de l'exploitation	Les relations avec les banques

	Les moyens de financement de l'exploitation
La trésorerie	L'impact des délais de règlement sur le cycle d'exploitation, le BFR et la situation de trésorerie. Les possibilités d'ajustement
Le compte de résultat	La structure du compte de résultat L'analyse des résultats L'analyse de l'exploitation et la rentabilité opérationnelle de l'activité Les soldes intermédiaires de gestion
Les coûts et les marges	Les différents coûts et leur calcul Les charges fixes et charges variables Les marges et leur calcul L'évaluation d'un résultat et d'un seuil de rentabilité
La fixation des prix	Les facteurs d'influence du prix Les contraintes légales Les principaux outils de fixation du prix Les techniques de modulation des prix
Le bilan	La structure d'un bilan comptable, d'un bilan fonctionnel condensé Les amortissements et les provisions Le Fonds de Roulement Net Global L'équilibre financier Les principaux ratios issus du bilan
La gestion des risques	Les types de risques d'une unité commerciale et leur évaluation Les modalités de prévention des risques

	Les coûts induits par la gestion des risques Les solutions de couverture des risques Le traitement des incidents et son cadre légal
Les méthodes de prévision des ventes	L'analyse des séries chronologiques, la détermination des tendances Les principaux outils de prévision La saisonnalité de l'activité
Les budgets	Les principes de la démarche budgétaire Les principaux budgets
Le financement de l'investissement	L'investissement Les ressources internes et externes de financement Les outils de financement et leur intérêt économique Les annuités Le coût du crédit Le tableau d'amortissement de l'emprunt
Les critères de choix d'investissement	Les principaux critères financiers de choix d'investissement Les flux nets de trésorerie La rentabilité des investissements
Les indicateurs de performance	Les principaux indicateurs du tableau de bord
La rentabilité de l'activité	Les indicateurs de rentabilité de l'activité Les actions de remédiation ou d'amélioration
Le reporting	Les supports et les canaux du reporting

Bloc de compétences n° 4 : manager l'équipe commerciale

Savoirs associés	Limites de savoirs
Le cadre légal et réglementaire de l'activité	Les sources : directives européennes, lois, conventions collectives, accords professionnels, accords de branches et accords sectoriels, règlement intérieur. Les principales dispositions légales et réglementaires relatives à l'activité : planification du travail, recrutement, rémunération, stimulation, formation, gestion des conflits, des risques psychosociaux et des situations de crise.
La planification du travail	Les outils de planification et de suivi des tâches Les différents types de planning Les contraintes légales, réglementaires et conventionnelles, commerciales et managériales
L'ordonnancement des tâches	Les techniques d'ordonnancement des tâches
Le recrutement de l'équipe commerciale	Le diagnostic des besoins en recrutement Les contrats de travail Le profil de poste Les modes de recrutement Les étapes du recrutement Les outils du recrutement Les principes d'intégration des nouveaux collaborateurs Les contraintes légales et réglementaires en matière de recrutement
La communication managériale	Les principes de conduite d'un entretien Les principes de conduite d'une réunion Les modalités de diffusion de l'information
L'animation de l'équipe commerciale	Les leviers de l'animation

	Les outils de l'animation
La rémunération de l'équipe commerciale	Les différentes composantes d'un système de rémunération Les contraintes légales liées à la rémunération Le coût de la rémunération Le bulletin de paie
La stimulation de l'équipe commerciale	Les moyens de stimulation Les opérations de stimulation Les contraintes légales liées à la stimulation
La formation de l'équipe commerciale	Le plan de formation Les modalités de la formation Les contraintes légales liées à la formation Le suivi de la formation
La gestion des conflits	Les types de conflit Les techniques de gestion de conflit
La gestion des risques psycho-sociaux	Les indicateurs sociaux Les facteurs et les signes de stress au travail La gestion du stress au travail La gestion des comportements critiques dans le respect des contraintes légales et réglementaires
La gestion de crise	Les types de situation de crise Le plan opérationnel de gestion de crise Le plan de communication de crise
Les performances individuelles et collectives	Les principaux indicateurs du tableau de bord

	L’analyse des performances Les actions de remédiation

Annexe

ANNEXE II

MODALITÉS DE CERTIFICATION

Annexe II a Unités constitutives du diplôme

UNITÉS	INTITULÉS
U1	Culture générale et expression
U21	Compréhension de l’écrit et expression écrite
U22	Compréhension de l’oral, production orale en continu et en interaction
U3	Culture économique, juridique et managériale
U41	Développement de la relation client et vente conseil
U42	Animation et dynamisation de l’offre commerciale
U5	Gestion opérationnelle
U6	Management de l’équipe commerciale
UF1 Unité facultative	Communication en langue vivante étrangère
UF2 Unité facultative	Parcours de professionnalisation à l’étranger
UF3 Unité facultative	Entrepreneuriat

Annexe

Annexe II b Dispenses d’unités

Les candidats titulaires d’un BTS d’une autre spécialité, d’un DUT ou d’un diplôme national de niveau III ou supérieur seront, à leur demande, dispensés de subir l’épreuve

U1 Culture générale et expression » ainsi que les unités U21 et U22 Communication en langue vivante étrangère.

Les candidats titulaires d'un BTS d'une autre spécialité, d'un DUT ou d'une licence ayant validé une unité d'enseignement de droit, économie et management au cours de leur formation seront, à leur demande, dispensés de subir l'unité U3 « Culture économique, juridique et managériale » définie par l'arrêté du 15 février 2018 (publié au JORF du 6 mars 2018).

Annexe

Annexe II c Règlement d'examen

BTS Management commercial opérationnel			Voie scolaire dans un établissement public ou privé sous contrat, CFA ou section d'apprentissage habilité. Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités		Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités à pratiquer le CCF étendu		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	U1	3	Ponctuelle écrite	4h	CCF 3 situations d'évaluation		Ponctuelle écrite	4h
E2 Communication en langue vivante étrangère	U2	3						
E21 Compréh	U21	1,5	Ponctuelle écrite	2 h	CCF		Ponctuelle écrite	2h

ension de l'écrit et expression écrite					2 situations d'évaluation			
E22 Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction	U22	1,5	CCF	20 min (* 20 mn)	CCF 1 situation d'évaluation		Ponctuelle orale	20 min (* 20 min)
E3 Culture économique, juridique et managériale	U3	3	Ponctuelle écrite	4h	CCF 2 situations d'évaluation		Ponctuelle écrite	4h
E4 Développement de la relation client et vente conseil et Animation, dynamisation de l'offre commerciale	U4	6						
E41 Développement de la relation client et vente conseil	U41	3	CCF		CCF		Ponctuelle Orale	30 min
E42 Animatio	U42	3	CCF		CCF		Ponctuelle Orale	30 min

n, dynamisation de l'offre commerciale								
E5 Gestion opérationnelle	U5	3	Ponctuelle écrite	3h	Ponctuelle écrite		Ponctuelle écrite	3h
E6 Management de l'équipe commerciale	U6	3	CCF		CCF		Ponctuelle écrite	2h30
EF1 Communication en Langue vivante (**)	UF1		Ponctuelle Orale	20 mn (* 20 mn)	Oral	20 mn (* 20 mn)	Ponctuelle Orale	20 mn (* 20 mn)
EF2 Parcours de professionnalisation à l'étranger	UF2		Ponctuelle Orale	20 mn	Oral	20 mn	Ponctuelle Orale	20 mn
EF3 Entrepreneuriat	UF3		Ponctuelle Orale	20 mn	Oral	20 mn	Ponctuelle Orale	20 mn

(*) Temps de préparation.

(**) 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 peuvent être pris en compte.

Annexe

Annexe II d

Définition des épreuves

E1 - CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION	
COEF. 3	U1

L'unité U 1 Culture générale et expression valide les compétences établies par l'arrêté du 16 novembre 2006 : objectifs, contenus de l'enseignement et référentiel du domaine de la culture générale et de l'expression pour les brevets de technicien supérieur (publié au BO n° 47 du 21 décembre 2006).

E2 - COMMUNICATION EN LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE	
COEF. 3	U2

L'unité U2 valide le niveau fixé dans les programmes pour le cycle terminal (arrêté du 21 juillet 2010, Journal officiel du 28 août 2010 et Bulletin officiel spécial n° 9 du 30 septembre 2010) en référence au Cadre européen de référence pour les langues, le niveau B2 étant celui à atteindre pour la première langue vivante étudiée.

Les langues autorisées sont les suivantes : allemand, anglais, arabe, chinois, espagnol, hébreu, italien, japonais, portugais et russe (selon les arrêtés du 21 octobre 2009 et du 6 février 2012).

1. Finalités et objectifs

L'épreuve a pour but d'évaluer au niveau B2 les compétences langagières suivantes :

- compréhension de documents écrits ;

- production écrite ;

- compréhension de l'oral ;

- production et interaction orales.

2. Modalités d'évaluation de l'épreuve

L'épreuve E2 comprend deux sous-épreuves : une sous-épreuve écrite (E21) et une sous-épreuve orale (E22).

La sous-épreuve E21 (Compréhension de l'écrit et expression écrite) se déroule sous forme ponctuelle (sauf pour les candidats relevant de la formation professionnelle continue dans des établissements publics habilités au contrôle en cours de formation).

La sous-épreuve E22 (Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction) se déroule en CCF (sauf pour les candidats relevant de la 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, les candidats justifiant de 3 ans d'expérience professionnelle).

Le poids respectif de chaque sous-épreuve dans l'évaluation est équivalent.

E21 - COMPRÉHENSION DE L'ÉCRIT ET EXPRESSION ÉCRITE	
COEF. 1,5	U21

Cette sous-épreuve a pour but d'évaluer l'aptitude du candidat à comprendre une langue vivante étrangère écrite et à s'exprimer à l'écrit dans cette langue. Il s'agit de vérifier :

- la capacité du candidat à exploiter des textes abordant des problématiques commerciales, sans spécialisation ni difficultés techniques excessives et relevant de l'aire culturelle de la langue étudiée, pour se les approprier et en restituer les contenus ;

- la capacité du candidat à s'exprimer à l'écrit de manière pertinente et intelligible, à un niveau acceptable de correction.

Dictionnaire unilingue autorisé.

A. - Forme ponctuelle, durée 2 heures

Support(s) pour l'écrit :

Un ou plusieurs documents en langue vivante étrangère dont le contenu est en relation avec la profession et avec l'aire culturelle et linguistique de référence. L'ensemble n'excèdera pas 50 lignes.

Deux exercices de même pondération sont proposés :

1. Compréhension de l'écrit

Rédaction en français d'un compte rendu faisant apparaître les idées essentielles du ou des documents supports.

2. Expression écrite

Rédaction en langue vivante étrangère d'un écrit (courrier, courriel, bref rapport, etc.) en relation avec l'exercice de la profession à partir d'éléments de contexte ou de consignes en langue vivante étrangère ou en français.

B. - Contrôle en cours de formation pour les candidats issus de la formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités

Il est constitué de deux situations d'évaluation de même poids se déroulant au cours de la deuxième année et correspondant aux deux activités langagières évaluées en épreuve ponctuelle : compréhension de l'écrit (1 heure, coefficient 1), expression écrite (1 heure, coefficient 1).

Les modalités de la sous-épreuve sont identiques à celles de la sous-épreuve ponctuelle.

E22 - COMPRÉHENSION DE L'ORAL, PRODUCTION ORALE EN CONTINU ET EN INTERACTION	
COEF. 1,5	U22

Cette sous-épreuve a pour but d'évaluer l'aptitude du candidat à exploiter des documents écrits et oraux en langue étrangère, abordant des problématiques commerciales, sans spécialisation ni difficultés techniques excessives et relevant de l'aire culturelle de la langue étudiée, pour se les approprier et en manier de façon argumentée les contenus.

Les supports d'évaluation remis au candidat en début de préparation sont constitués par un ou plusieurs documents (texte et/ou document audio ou vidéo) formant un ensemble assez bref. L'un de ces documents ou, le cas échéant, le document unique, est obligatoirement un enregistrement audio ou vidéo d'une durée maximale de 3 minutes. Il pourra s'agir, par exemple, de monologues, dialogues, discours, discussions, commentaires de journaux télévisés, émissions de radio ou encore des vidéos disponibles sur un site web d'hébergement. Il ne s'agira cependant en aucune façon d'écrit oralisé ni d'enregistrements issus de manuels. On évitera de même les articles de presse ou tout autre document conçus pour être lus. En effet, ces derniers parce qu'ils sont rédigés dans une langue écrite compliquent considérablement la tâche de l'auditeur. De plus, la compréhension d'un article enregistré ne correspond à aucune situation dans la vie professionnelle.

Tout au long de la sous-épreuve, il est attendu que le candidat s'exprime dans une langue grammaticalement acceptable, adopte une prononciation claire et une intonation pertinente et mobilise une gamme de langue étendue.

Que ce soit en CCF ou sous forme ponctuelle, l'interrogation est conduite par un enseignant ou un formateur de langue vivante, intervenant dans une section MCO.

A. - Contrôle en cours de formation :

Durée : 20 minutes maximum

Préparation : 20 minutes

Dans un premier temps, le candidat rend compte en français de ce qu'il a compris du ou des document(s) (5 minutes environ).

Dans un second temps, le candidat présente en langue étrangère une analyse du ou des document(s). La commission conduit alors un entretien en langue étrangère avec le candidat à partir de l'analyse qu'il a développée. Au fil des échanges, le candidat est invité à réagir, décrire, reformuler, développer une argumentation, justifier son propos ou encore apporter des explications.

B. - Forme ponctuelle (pour les candidats relevant de la 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, les candidats justifiant de 3 ans d'expérience professionnelle).

Durée : 20 minutes

Préparation : 20 minutes

Modalités de la sous-épreuve :

La nature des supports d'évaluation ainsi que le déroulement de la sous-épreuve sont identiques à ceux de la sous-épreuve en CCF.

E3 - CULTURE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGÉRIALE	
COEF. 3	U3

L'unité U3 Culture juridique, économique et managériale valide les compétences établies par l'arrêté du 15 février 2018 (publié au JO du 6 mars 2018).

1. Finalités et objectifs

Cette épreuve vise à évaluer les compétences acquises par le candidat dans le cadre de l'unité 3 ainsi que sa capacité à les mobiliser pour éclairer des problématiques de gestion d'entreprise à travers un questionnement croisant les champs disciplinaires économique, juridique et managérial.

2. Modalités et critères d'évaluation

L'épreuve vise à évaluer les compétences du candidat à :

- analyser des situations auxquelles l'entreprise est confrontée ;

- exploiter une base documentaire économique, juridique et managériale ;

- proposer des solutions argumentées en mobilisant des notions économiques, juridiques ou managériales et les méthodologies adaptées aux situations proposées ;

- établir un diagnostic (ou une partie de diagnostic) préparant une prise de décision stratégique ;

- prendre des décisions opérationnelles intégrant les dimensions économique, juridique et managériale ;

- exposer des analyses et des propositions de manière cohérente et argumentée.

A. - Forme ponctuelle (épreuve écrite, durée : 4 heures)

L'épreuve a pour objet d'évaluer les capacités du candidat à mobiliser des notions d'économie, de droit et de management afin de formuler un raisonnement dans un contexte concret.

L’épreuve prend appui sur un dossier qui comprend :

- la présentation d’une situation contextualisée d’entreprise contenant des problématiques de nature économique ou juridique ou managériale ;

- une base documentaire ;

- une série de questions permettant de structurer et d’orienter le travail à réaliser par le candidat.

Le dossier documentaire d’une dizaine de pages au maximum, ainsi que le questionnement couvrent les trois champs de cette unité. Pour chaque question, une réponse construite et argumentée est attendue.

L’épreuve est corrigée par un professeur ayant en charge l’enseignement de « culture économique juridique et managériale » en section de technicien supérieur.

B. - Contrôle en cours de formation

Le contrôle en cours de formation se présente sous la forme de deux situations d’évaluation.

Chaque situation vise à évaluer les compétences acquises par le candidat dans le cadre de l’unité 3, en faisant apparaître une complémentarité d’approche des champs disciplinaires. L’ensemble des deux situations doit permettre d’évaluer les compétences du candidat dans chacun des trois champs économique, juridique et managérial.

Chaque situation est d’une durée de 2 heures dont au moins une écrite.

Le niveau d’exigence et les critères d’évaluation sont identiques à ceux décrits dans l’épreuve sous sa forme ponctuelle.

E4 - DEVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT ET VENTE CONSEIL ET ANIMATION, DYNAMISATION DE L’OFFRE COMMERCIALE	
COEF. 6	U4

E41 - DEVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT ET VENTE CONSEIL	
COEF. 3	U41

1. Objectif

L’objectif de la sous-épreuve E41 est de valider les compétences du candidat correspondant au bloc n° 1 « Développer la relation client et assurer la vente conseil » :

- assurer la veille informationnelle ;

- réaliser des études commerciales ;

- vendre ;

- entretenir la relation client.

2. Contenu

La sous-épreuve E41 évalue les compétences et les savoirs associés décrits dans le bloc de compétences n° 1 « Développer la relation client et assurer la vente conseil ».

3. Critères d'évaluation

- les techniques et outils de la veille commerciale sont appropriés ;

- l'information produite est fiable et pertinente pour la prise de décision ;

- les méthodologies d'études sont adaptées au contexte ;

- les résultats des études sont exploitables ;

- la démarche de vente conseil est pertinente ;

- les attentes du client et leurs évolutions sont prises en compte ;

- les techniques de fidélisation mises en œuvre sont adaptées ;

- les objectifs de vente, de fidélisation et d'accroissement de la valeur client sont atteints ;

- la communication est mise en œuvre au service de l'efficacité relationnelle.

4. Modalités d'évaluation

A. - Contrôle en cours de formation

La sous-épreuve s'appuie sur un dossier faisant référence aux situations professionnelles vécues ou observées par le candidat au cours de sa formation y compris en milieu professionnel.

La sous-épreuve repose sur un dossier numérique personnel rédigé et constitué par le candidat et rendant compte, pour chaque activité réalisée, des éléments suivants :

- la (ou les) compétence(s) mobilisée(s) ;

- la date et la durée ;

- le contexte professionnel ;

- les objectifs poursuivis ;

- la méthodologie utilisée ;

- les moyens et les techniques mis en œuvre ;

- les résultats obtenus.

Chaque compte rendu d'activité est accompagné de l'évaluation qui a été faite par le ou les professeurs.

Une commission d'évaluation est chargée d'apprécier le degré de maîtrise des compétences relevant du bloc n° 1.

Cette commission est composée d'un professeur de « Développement de la relation client et vente conseil » et 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 d'enseignements professionnels en STS Management commercial opérationnel.

L'évaluation donne lieu à une note sur 20.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par la commission d'évaluation.

La constatation de non-conformité du dossier entraîne l'attribution de la mention NV (non valide) à l'épreuve correspondante. En conséquence, le diplôme ne peut lui être délivré.

La non-conformité du dossier peut être prononcée dès lors qu'une des situations suivantes est constatée :

- absence de dépôt du dossier ;

- dépôt du dossier au-delà de la date fixée par la circulaire d'organisation de l'examen ou de l'autorité organisatrice ;

- durée de stage inférieure à celle requise par la réglementation de l'examen ;

- documents constituant le dossier non visés ou non signés par les personnes habilitées à cet effet.

B. - Forme ponctuelle

Sous-épreuve orale

Durée : 30 minutes

La sous-épreuve repose sur un dossier numérique personnel rédigé et constitué par le candidat et rendant compte, pour chaque situation professionnelle, des éléments suivants :

- la (ou les) compétence(s) mobilisée(s) ;

- la date et la durée ;

- le contexte professionnel ;

- les objectifs poursuivis ;

- la méthodologie utilisée ;

- les moyens et les techniques mis en œuvre ;

- les résultats obtenus.

Le dossier est remis au jury en format numérique suivant les conditions précisées dans la circulaire nationale d'organisation. Son existence fait l'objet d'un contrôle de conformité par les autorités académiques avant l'interrogation.

L'ensemble des comptes rendus des activités réalisées devra être accessible par le jury lors de l'épreuve. Le candidat se présente à l'épreuve avec l'équipement numérique permettant d'accéder au dossier et de le consulter

Le dossier constitue une production originale et personnelle soumise à la réglementation de la fraude aux examens ; tout plagiat sera considéré comme une situation de fraude. Le candidat attestera du respect de ces règles selon les modalités définies par la circulaire d'organisation.

Le dossier constitue un élément substantiel de l'épreuve. L'absence de présentation du dossier entraîne l'impossibilité d'interroger le candidat : la mention NV (non valide) est alors reportée sur le bordereau de notation et le diplôme ne peut être délivré.

En dehors du dossier fourni au jury avant l'épreuve, le candidat apporte le jour de l'épreuve tout document qu'il estime pouvoir venir en appui de sa prestation.

La sous-épreuve E41 se déroule en deux temps :

• Pendant 10 minutes maximum, le candidat présente le ou les contexte(s) des activités professionnelles réalisées et les compétences mobilisées dans ce cadre, sans être interrompu ; à cette occasion, il doit nécessairement utiliser une présentation numérique ;

• Pendant le temps restant, la commission d'évaluation interroge le candidat sur chacune des compétences du bloc n° 1.

La commission d'évaluation est composée d'un professeur en charge d'enseignements professionnels en STS Management commercial opérationnel et d'un professionnel ou en l'absence de ce dernier, d'un second professeur en charge d'enseignements professionnels en STS Management commercial opérationnel.

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

E42 - ANIMATION ET DYNAMISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE	
COEF. 3	U42

1. Objectif

L’objectif de la sous-épreuve E42 est de valider les compétences du candidat correspondant au bloc n° 2 « Animer et dynamiser l’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 ;

- mettre en place la communication commerciale ;

- évaluer l’action commerciale.

2. Contenu

La sous-épreuve E42 évalue les compétences et les savoirs associés décrits dans le bloc de compétences n° 2 « Animer et dynamiser l’offre commerciale ».

3. Critères d’évaluation

- l’analyse de la demande et de l’offre est pertinente ;

- l’offre proposée est adaptée aux caractéristiques locales et est cohérente avec la politique commerciale de l’enseigne ;

- les achats des clients sont facilités par des linéaires bien approvisionnés et vendeurs ;

- l’agencement de l’espace commercial facilite le travail du personnel et contribue au confort d’achat des clients ;

- la réglementation, les règles d’hygiène et de sécurité sont respectées ;

- les principes d’agencement de l’enseigne sont mis en œuvre ;

- les propositions d’animations et d’opérations promotionnelles sont cohérentes avec le contexte local et avec la politique commerciale de l’enseigne ;

- le choix des outils et des messages de communication est approprié ;

- les retombées de la communication commerciale sont analysées ;

- les performances d’implantation sont analysées ;

- les propositions d’axes d’amélioration ou de développement tiennent compte des réalités locales et, le cas échéant, nationales.

4. Modalités d’évaluation

A. - Contrôle en cours de formation

La sous-épreuve s’appuie sur un dossier faisant référence aux situations professionnelles vécues ou observées par le candidat au cours de sa formation y compris en milieu professionnel.

La sous-épreuve repose sur un dossier numérique personnel rédigé et constitué par le candidat et rendant compte, pour chaque situation professionnelle, des éléments suivants :

- la (ou les) compétence(s) mobilisée(s) ;

- la date et la durée ;

- le contexte professionnel ;

- les objectifs poursuivis ;

- la méthodologie utilisée ;

- les moyens et les techniques mis en œuvre ;

- les résultats obtenus.

Chaque compte rendu d’activité est accompagné de l’évaluation qui a été faite par le ou les professeurs.

Une commission d’évaluation est chargée d’apprécier le degré de maîtrise des compétences relevant du bloc n° 2.

Cette commission est composée d’un professeur de « Animer et dynamiser l’offre commerciale » et 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 commercial opérationnel.

L’évaluation donne lieu à une note sur 20.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par la commission d’évaluation.

La constatation de non-conformité du dossier entraîne l’attribution de la mention NV (non valide) à l’épreuve correspondante. En conséquence, le diplôme ne peut lui être délivré.

La non-conformité du dossier peut être prononcée dès lors qu’une des situations suivantes est constatée :

- absence de dépôt du dossier ;

- dépôt du dossier au-delà de la date fixée par la circulaire d’organisation de l’examen ou de l’autorité organisatrice ;

- durée de stage inférieure à celle requise par la réglementation de l’examen ;

- documents constituant le dossier non visés ou non signés par les personnes habilitées à cet effet.

B. - Forme ponctuelle

Sous-épreuve orale

Durée : 30 minutes

La sous-épreuve repose sur un dossier numérique personnel rédigé et constitué par le candidat et rendant compte, pour chaque situation professionnelle, des éléments suivants :

- la (ou les) compétence(s) mobilisée(s) ;

- la date et la durée ;

- le contexte professionnel ;

- les objectifs poursuivis ;

- la méthodologie utilisée ;

- les moyens et les techniques mis en œuvre ;

- les résultats obtenus.

Chaque compte rendu d'activité est accompagné de l'évaluation qui a été faite par le ou les professeurs.

Le dossier est remis au jury en format numérique suivant les conditions précisées dans la circulaire nationale d'organisation. Son existence fait l'objet d'un contrôle de conformité par les autorités académiques avant l'interrogation.

L'ensemble des comptes rendus des activités réalisées devra être accessible par le jury lors de la sous-épreuve. Le candidat se présente à l'épreuve avec l'équipement numérique permettant d'accéder au dossier et de le consulter.

Le dossier constitue une production originale et personnelle soumise à la réglementation de la fraude aux examens ; tout plagiat sera considéré comme une situation de fraude. Le candidat attestera du respect de ces règles selon les modalités définies par la circulaire d'organisation.

Le dossier constitue un élément substantiel de la sous-épreuve. L'absence de présentation du dossier entraîne l'impossibilité d'interroger le candidat : la mention NV (non valide) est alors reportée sur le bordereau de notation et le diplôme ne peut être délivré.

En dehors du dossier fourni au jury avant l'épreuve, le candidat apporte le jour de la sous-épreuve tout document qu'il estime pouvoir venir en appui de sa prestation.

II. - La sous-épreuve E42 se déroule en deux temps :

- pendant 10 minutes maximum, le candidat présente le ou les contexte(s) des situations professionnelles et les compétences mobilisées dans ce cadre, sans être interrompu ; à cette occasion, il doit nécessairement utiliser une présentation numérique ;

- pendant le temps restant, la commission d'évaluation interroge le candidat sur chacune des compétences du bloc n° 2.

La commission d'évaluation est composée d'un professeur en charge d'enseignements professionnels en STS Management commercial opérationnel et d'un professionnel ou en l'absence de ce dernier, d'un second professeur en charge d'enseignements professionnels en STS Management commercial opérationnel.

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

E5 - GESTION OPERATIONNELLE	
COEF. 3	U5

Epreuve ponctuelle écrite.

Durée : 3 heures

1. Objectif

L'objectif de l'épreuve E5 est de valider les compétences du candidat correspondant au bloc n° 3 « Assurer la gestion opérationnelle » :

- gérer les opérations courantes ;

- prévoir et budgétiser l'activité ;

- analyser les performances.

2. Contenu

L'épreuve E5 évalue les compétences et savoirs associés décrits dans le bloc de compétences n° 3 « Assurer la gestion opérationnelle ».

3. Critères d'évaluation

- les contraintes légales et réglementaires sont respectées ;

- les approvisionnements sont assurés et optimisés ;

- le suivi des stocks est rigoureux ;

- les calculs de trésorerie sont justes ;

- les propositions de prix sont réalistes ;

- les risques sont anticipés ;

- le traitement des incidents et des situations de crise est efficace ;

- les objectifs fixés sont réalistes ;

- les budgets sont fiables et opérationnels ;

- les propositions de décision d'investissement sont pertinentes ;

- les tableaux de bord sont opérationnels ;

- les données quantitatives sont judicieusement mobilisées ;

- les propositions d'enrichissement du système d'information commercial sont appropriées ;

- les comptes rendus sont adaptés et exploitables ;

- les mesures correctrices sont cohérentes.

4. Modalités d'évaluation

L'épreuve prend appui sur l'étude d'un cas de gestion d'une unité commerciale. Elle peut comporter des questions à choix multiples. Elle propose des situations professionnelles accompagnées de documents destinés à présenter :

- le contexte commercial support de l'épreuve ;

- les informations nécessaires à la résolution des problèmes posés.

La correction de chaque copie est assurée par un professeur en charge d'enseignements professionnels en STS Management commercial opérationnel.

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

E6 - MANAGEMENT DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE	
COEF. 3	U6

1. Objectif

L'objectif de l'épreuve E6 est de valider les compétences du candidat correspondant au bloc n° 4 « 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.

2. Contenu

L'épreuve E6 évalue les compétences et savoirs associés décrits dans le bloc de compétences n° 4 « Manager l'équipe commerciale ».

3. Critères d'évaluation

- les contraintes légales et réglementaires sont respectées ;

- la répartition des tâches est rationnelle ;

- les plannings sont opérationnels ;

- les informations utiles au travail de l'équipe sont transmises et expliquées ;

- le recrutement est adapté aux besoins ;

- les nouveaux collaborateurs sont intégrés ;

- les objectifs des réunions sont atteints ;

- les objectifs des entretiens sont atteints ;

- les techniques d'animation sont maitrisées ;

- les outils de stimulation sont mis en œuvre à bon escient ;

- les besoins en formation sont correctement repérés ;

- la démarche de formation est efficace ;

- les conflits, les risques psycho-sociaux, les situations de crise sont prévenus et/ou efficacement réglés ;

- les tableaux de bord sont opérationnels ;

- la mesure et l'analyse des performances individuelles et collectives sont pertinentes ;

- les actions d'accompagnement sont efficaces ;

- la communication est mise en œuvre au service de l'efficacité managériale.

4. Modalités d'évaluation

L'épreuve s'appuie sur un contexte d'entreprise diffusé dans la circulaire nationale d'organisation de l'examen.

Ce contexte est identique pour les candidats évalués en CCF comme pour ceux évalués sous forme ponctuelle.

A. - Contrôle en cours de formation

Epreuve orale et pratique

Le contexte d'entreprise est complété localement par des questions et/ou des problèmes à résoudre. Il sert de support d'évaluation de l'ensemble des compétences du bloc n° 4.

L'évaluation se déroule au cours de la deuxième année de formation. Elle prend la forme d'une ou de plusieurs situations d'évaluation.

La commission d'évaluation est composée du professeur ayant en charge l'enseignement « Management de l'équipe commerciale ».

B. - Forme ponctuelle

Epreuve écrite

Durée : 2 h 30

L'épreuve prend appui sur le contexte d'entreprise figurant dans la circulaire nationale d'organisation de l'examen et comporte une série de questions et/ou des problèmes à résoudre relatifs aux compétences du bloc n° 4.

La correction de chaque copie est assurée par un professeur en charge d'un des enseignements professionnels en STS Management commercial opérationnel.

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

EF 1 - COMMUNICATION EN LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE 2	
	UF1

1. Objectif

L'épreuve a pour objectif d'évaluer l'aptitude du candidat à s'exprimer à l'oral dans une langue vivante étrangère : il s'agit de vérifier la capacité du candidat à prendre part à un dialogue à contenu professionnel dans la langue choisie.

Tout au long de l'épreuve, il est attendu que le candidat s'exprime dans une langue grammaticalement acceptable, adopte une prononciation claire et une intonation pertinente et mobilise une gamme de langue étendue.

L'évaluation permet de positionner le candidat par rapport au niveau B1 du cadre européen commun de référence pour les langues (CECRL).

La langue étrangère choisie au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différente de la langue étrangère obligatoire.

2. Modalités d'évaluation

Epreuve orale.

Forme ponctuelle

Durée : 20 minutes

Préparation : 20 minutes

L'épreuve consiste en un entretien en langue étrangère à partir d'un ou de plusieurs documents (texte, document audio ou vidéo) en relation avec le domaine professionnel de référence. Les documents sont fournis par la commission d'interrogation au candidat.

EF 2 - PARCOURS DE PROFESSIONNALISATION À L'ÉTRANGER	
	UF2

Epreuve orale

Durée : 20 minutes

1. Objectif

Cette épreuve a pour objectif d'évaluer les acquis particuliers des candidats ayant effectué un ou plusieurs stages à l'étranger pour une durée cumulée de 2 mois minimum. Elle prend appui sur les activités réalisées en relation avec les blocs de compétences liés au stage en entreprise, mais sans en évaluer les compétences et savoirs associés par ailleurs évaluées dans les épreuves correspondantes.

S'agissant du BTS MCO, ces dernières sont les sous-épreuves E41 et E42 correspondant aux blocs de compétences n° 1 « Développer la relation client et assurer la vente conseil » et n° 2 « Animer et dynamiser l'offre commerciale ».

Elle s'attache à évaluer la capacité d'analyse du candidat, ainsi que son adaptabilité à des contextes professionnels et culturels hors France.

2. Contenu

L'épreuve évalue :

- la compréhension du cadre de travail et de son contexte culturel ;

- la capacité à comparer les pratiques professionnelles observées ou mises en œuvre à l'étranger avec les pratiques ayant cours dans un contexte français ;

- la capacité à repérer et mettre en valeur les pratiques professionnelles susceptibles d'enrichir les approches françaises ;

- les efforts d'adaptation mis en œuvre à l'occasion du séjour à l'étranger.

3. Critères d’évaluation

- l’analyse du cadre de travail et de son contexte culturel à l’étranger est claire et pertinente ;

- les comparaisons de pratiques professionnelles France/hors France sont objectives et révèlent les liens avec les contextes culturels ;

- les propositions de transpositions de pratiques professionnelles sont réalistes et cohérentes ;

- les efforts d’adaptation lors du séjour à l’étranger sont clairement exposés.

4. Modalités d’évaluation

L’épreuve prend appui sur 2 documents : une grille d’évaluation complétée par l’entreprise d’accueil à l’étranger et une note de 8 à 10 pages rédigée par le candidat.

La grille d’évaluation est complétée par l’entreprise d’accueil à l’étranger à la fin du séjour ; elle est signée par le responsable de l’entreprise à l’étranger et contresignée par le lycée ou l’établissement de formation en France. Elle révèle la capacité du candidat, dans un contexte professionnel à l’étranger, à :

- comprendre et se faire comprendre ;

- réaliser son activité professionnelle ;

- s’adapter aux contraintes spécifiques.

La note rédigée par le candidat doit présenter :

- une analyse du cadre de travail et de son contexte culturel à l’étranger ;

- une comparaison de pratiques professionnelles France/hors France ;

- la présentation d’au moins une pratique professionnelle transférable et susceptible d’enrichir les approches françaises ;

- les efforts d’adaptation déployés lors du séjour à l’étranger.

L’épreuve a une durée de 20 minutes. Elle comporte une première partie d’une dizaine de minutes permettant au candidat d’exposer les points saillants de son séjour à l’étranger, suivie d’une phase de dialogue avec la commission d’interrogation. Lors de l’épreuve, le candidat apporte tout support ou document qu’il estime utile.

La commission d’interrogation est composée d’un professeur ayant l’expérience du suivi du parcours de professionnalisation à l’étranger et d’un représentant du champ professionnel du diplôme ou, à défaut, d’un deuxième professeur d’économie et gestion intervenant dans le BTS concerné.

L’épreuve donne lieu à une note sur 20. Seuls les points au-dessus de 10 sont pris en

compte pour l'obtention du diplôme.

EF 3 - ENTREPRENEURIAT	
	UF3

Epreuve orale

Durée : 20 minutes

1. Objectif

Cette épreuve a pour objectif d'évaluer les compétences des candidats dans le domaine de la création ou de la reprise d'une unité commerciale physique ou virtuelle.

Elle s'attache à évaluer la créativité, la capacité d'analyse et la rigueur du candidat, ainsi que sa maitrise des règles de gestion dans une perspective de pérennité de l'activité proposée.

L'épreuve Entrepreneuriat s'appuie sur :

- l'enseignement de Culture économique, juridique et managériale ;

- les blocs de compétences n° 1 « Développer la relation client et assurer la vente conseil », n° 2 « Animer et dynamiser l'offre commerciale », n° 3 « Assurer la gestion opérationnelle », n° 4 « Manager l'équipe commerciale » ;

- les compétences spécifiques relevant de la définition d'un modèle économique (business model) et de sa traduction par un plan d'affaires (business plan).

2. Contenu

L'épreuve évalue :

- le diagnostic préalable à la création ou à la reprise d'une unité commerciale ;

- le choix du positionnement de l'unité commerciale ;

- le potentiel commercial ;

- la solidité des relations de partenariat envisagées ;

- la gestion prévisionnelle des ressources humaines ;

- la faisabilité financière du projet de création ou de reprise.

3. Critères d'évaluation

- le diagnostic est clair et pertinent ;

- le positionnement retenu est judicieux et en cohérence avec le diagnostic ;

- le potentiel commercial est réaliste et correctement évalué ;

- les partenaires envisagés couvrent les besoins de l'unité commerciale ;

- les besoins en ressources humaines sont correctement anticipés ;

- le plan de financement est rigoureux, clair, complet et précis.

4. Modalités d'évaluation

L'épreuve prend appui sur un dossier personnel composé du modèle économique et du plan d'affaires du projet de création ou de reprise d'une unité commerciale. Ce dossier comportant une dizaine de pages est remis à la commission d'évaluation deux semaines minimum avant l'épreuve.

L'épreuve a une durée de 20 minutes. Elle comporte une première partie d'une dizaine de minutes permettant au candidat d'exposer les points saillants de son modèle économique et de son plan d'affaires, suivie d'une phase de dialogue avec la commission d'interrogation. Lors de l'épreuve, le candidat apporte tout support ou document qu'il estime utile.

La commission d'interrogation est composée d'un professeur ayant en charge la préparation de cette épreuve et d'un représentant du champ professionnel du diplôme ou à défaut d'un deuxième professeur d'économie et gestion intervenant dans le BTS concerné.

L'épreuve donne lieu à une note sur 20. Seuls les points au-dessus de 10 sont pris en compte pour l'obtention du diplôme.

Annexe

ANNEXE III

ORGANISATION DE LA FORMATION

Annexe III a Grille horaire hebdomadaire

Modules de formation	1re année		2e année		1re année	2e année
	Cours	TD	Cours	TD	Volume horaire Par an et par élève (à titre indicatif)	
Culture générale et expression	1	1	1	1	60	60
Langue	1	2	1	2	90	90

vivante étrangère						
Culture économique, juridique et managériale	4		4		120	120
Développement de la relation client et vente conseil	2	4	2	3	180	150
Animation et dynamisation de l'offre commerciale	3	2	3	3	150	180
Gestion opérationnelle	2	2	2	2	120	120
Management de l'équipe commerciale	2	2	2	2	120	120
Total	15	13	15	13		
Enseignement facultatif langue vivante étrangère 2	2		2		60	60
Entrepreneuriat	2		2		120	
Parcours de professionnalisation à l'étranger	2		2		120	

Annexe

Annexe III b Stage en milieu professionnel

Le stage en milieu professionnel est obligatoire pour les candidats au Brevet de technicien supérieur Management commercial opérationnel.

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.

Le stage en milieu professionnel peut se dérouler partiellement ou totalement à l'étranger. Il est alors, en complément des sous-épreuves E41- Développement de la relation client et vente conseil et E42- Animation et dynamisation de l'offre commerciale, le support de l'épreuve facultative UF3- Parcours de professionnalisation à l'étranger.

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.

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 de son immersion et le contenu de ses activités ;

- l'équipe pédagogique encadre, conseille, met en cohérence et articule les différentes modalités d'appropriation des compétences. Elle veille notamment à ce qu'elles soient transférables à d'autres situations professionnelles comparables.

A. - Objectif

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 outils et données numériques de l'unité commerciale.

Le stage en milieu professionnel est particulièrement valorisé lors des épreuves du Brevet de technicien supérieur Management commercial opérationnel puisqu'il sert de support à deux des épreuves professionnelles : Développement de la relation client et vente conseil et Animation et dynamisation de l'offre commerciale. Il est donc le moment privilégié pour constituer les dossiers supports de ces deux épreuves en s'inscrivant dans une démarche professionnelle.

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 comprend des Périodes d'immersion en entreprise complétées si nécessaire par des Missions professionnelles de préparation et de suivi.

L'immersion 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 14 à 16 semaines. Celles-ci sont réparties avec une période d'une durée minimale de 4 semaines consécutives en première année. Ces périodes d'immersion font l'objet d'une convention signée entre les représentants de l'organisme d'accueil, ceux de l'établissement de formation et l'étudiant stagiaire. Cette convention est établie conformément aux dispositions en vigueur. 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 précités (responsabilités et activités 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'échanges entre le représentant de l'entreprise ou de l'organisation d'accueil, le tuteur et l'équipe pédagogique (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 la qualité d'étudiant - stagiaire et non de salarié.

Les missions professionnelles de préparation et de suivi

Elles sont organisées sur le mode des « travaux dirigés externalisés ». Elles nécessitent des ordres de mission spécifiques accompagnés d'annexes pédagogiques qui en précisent les objectifs et contenus.

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 découvrir l'environnement professionnel de l'unité commerciale ;

- de fixer les objectifs et de définir les modalités du stage ;

- de faciliter l'immersion du stagiaire dans l'entreprise ;

- de mener les activités permettant le déroulement efficace du stage ;

- de saisir 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.

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.

Les dossiers Développement de la relation client et vente conseil d'une part et Animation et dynamisation de l'offre 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. Candidats en situation de première formation ou en situation de reconversion

La durée de stage est de 14 à 16 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. Candidats 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 14 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 10 semaines.

Toutefois, les candidats qui produisent une dispense des unités 4 et 5, 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 sous-épreuves E41- Développement de la relation client et vente conseil et E42- Animation et dynamisation de l'offre commerciale, effectuer un nouveau stage.

Les candidats apprentis doublants peuvent présenter à la session suivante 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

ANNEXE IV

TABLEAU DE CORRESPONDANCE ENTRE LES ÉPREUVES ET UNITÉS DU BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES ET CELLES DU BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPÉRATIONNEL

Brevet de technicien supérieur Management des unités commerciales (arrêté du 30 juillet 2003)		Brevet de technicien supérieur Management commercial opérationnel (défini par le présent arrêté)	
Épreuves	Unités	Épreuves	Unités
E1 Culture générale et expression	U1	E1 Culture générale et expression	U1
E2 Langue vivante étrangère	U2	E2 Communication en langue vivante étrangère	U21 et U22
E3 Économie et droit Sous-épreuve E31 : économie et droit Sous-épreuve E32 : management des entreprises	U31 U32	E3 Culture économique, juridique et managériale	U3
E4 Management et gestion des unités commerciales	U4	E5 Gestion opérationnelle E6 Management de l'équipe commerciale	U5 et U6
E5 Analyse et conduite de la relation commerciale	U5	E41 Développement de la relation client et vente conseil	U41

E6 Projet de développement d'une unité commerciale	U6		
EF1 Communication en langue vivante étrangère	UF1	EF1 Communication en langue vivante	UF1

Fait le 15 octobre 2018.

Pour la ministre et par délégation :
Le chef de service de la stratégie des formations et de la vie étudiante,
R.-M. Pradeilles-Duval