

## GUIDE D'ACCOMPAGNEMENT PEDAGOGIQUE : INTRODUCTION

La rénovation du BTS Action commerciale repose sur une analyse longue et fouillée :

- des besoins en qualification des entreprises ;
- des appréciations portées par les milieux professionnels, les étudiants et les professeurs sur les évolutions souhaitées pour le BTS Action commerciale ;
- de l'évolution des publics accédant à ces formations et de ses aspirations.

Cette analyse a conduit à une rénovation dont les lignes directrices sont les suivantes :

1. **Un meilleur cadrage des métiers visés** en écartant des métiers qui ne représentaient pas, pour le BTS Action commerciale, un réel débouché – par exemple les métiers à l'import-export -, ou encore pour lesquels les professionnels considèrent que d'autres BTS assurent une meilleure formation – par exemple les métiers strictement orientés vers la vente hors unités commerciales (BTS NRC).

Mais les métiers visés demeurent à 90% ceux définis par le référentiel d'activités professionnelles du BTS Action commerciale. Le BTS Management des unités commerciales est donc une rénovation du BTS Action commerciale et pas un nouveau BTS.

La plus grande homogénéité de ces métiers permet d'affirmer aussi une ambition réelle d'accès à des postes de responsabilité par une formation cohérente et adaptée.

2. **Une redéfinition des relations avec les entreprises.**

Les métiers visés étant définis concrètement, les entreprises concernées sont facilement repérables. Elles sont très nombreuses et couvrent de larges secteurs d'activités : distribution à dominante alimentaire ou spécialisée, banques, assurances, agences commerciales de téléphonie, location de voitures ou de matériels, SNCF, EDF... Les réseaux de ces unités commerciales couvrent tout le territoire national.

Les stages en entreprise sont étroitement liés à la formation : le nombre de semaines est dans une fourchette de 12 à 14 semaines avec 20 demi journées par années consacrées à la préparation à l'immersion et à son suivi. Ces stages viennent en appui de la formation théorique reçue en établissement de formation.

Les stages sont valorisés à l'examen en fournissant le support de l'épreuve de « Projet de développement de l'unité commerciale » et d'une partie de l'épreuve « d'analyse et conduite de la relation commerciale ».

La constitution et le suivi et le développement d'un réseau d'entreprises partenaires de la formation est une des conditions essentielles de sa réussite.

3. **Un nouveau rythme pour la formation**

Le rythme de la formation est soutenu pour les étudiants avec 2 années ayant des objectifs spécifiques la première année est centrée sur les fondamentaux du manager, la seconde sur le projet de développement.

Pour atteindre ces objectifs bien définis, un travail d'équipe et une bonne coordination de la formation sont nécessaires. Si les actions appliquées impliquaient une forte réactivité, la rigueur de la programmation est désormais de mise.

4. **Des contenus de formation enrichis et actualisés**

L'ensemble des savoirs associés ont été revus et adaptés. Ceux de « Mercatique » ont été actualisés et ceux de « Gestion », à la demande générale, totalement réécrits. De nouveaux enseignements sont introduits : informatique et communication. Enfin pour être cohérent avec la nouvelle ambition du BTS, aux côtés du programme de « Gestion » apparaît un programme de « Management ».

L'ensemble de ces disciplines d'enseignement, illustrées et confortées par une expérience en entreprise, permet à la fois une insertion professionnelle réussie et, pour ceux qui le souhaitent, une possibilité améliorée de poursuite d'études.