RÉFÉRENTIEL DU DIPLÔME · 2026-2027

BTS MCO

Management commercial opérationnel

Diplôme d'État de niveau 5 (bac + 2) · fiche RNCP38362 · 120 crédits ECTS. Le diplôme, sa préparation au CFA Groupe IGF, ses blocs de compétences, son examen et ses textes officiels.

01 Le diplôme et la formation au CFA
02 Les blocs de compétences
03 L'examen
04 Les textes officiels

Campus Paris 12e – 10, rue de la Véga

Organisme certifié Qualiopi

01 48 05 76 69
www.groupeigf.com
contact@groupeigf.com

Le BTS MCO en bref

Le BTS MCO forme des professionnels capables de prendre la responsabilité opérationnelle de tout ou partie d'une unité commerciale – magasin, agence, site marchand – et d'en assurer l'ensemble des missions : relation client, animation de l'offre, gestion et management de l'équipe.

Le diplôme

Intitulé	Brevet de technicien supérieur « Management commercial opérationnel » (BTS MCO)
Reconnaissance	**Diplôme d'État**, délivré par le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (certificateur)
Niveau	Niveau 5 du cadre national des certifications professionnelles (bac + 2) · **120 crédits européens (ECTS)**
Enregistrement	Répertoire national des certifications professionnelles : **fiche RNCP38362** (France compétences), enregistrement valable jusqu'au 31/12/2028
Textes	Arrêté du 15 octobre 2018 modifié, notamment par l'arrêté du 8 juillet 2024 : voir la partie 04
Codes	NSF 310 (spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion), 312 (commerce, vente) · ROME D1401, D1501, D1506, M1704, M1705
Voies d'accès	Au CFA Groupe IGF : **contrat d'apprentissage** ou **contrat de professionnalisation**. Le diplôme est aussi accessible par la validation des acquis de l'expérience (VAE).

La formation au CFA Groupe IGF

Admission	Baccalauréat ou autre titre de niveau 4 (diplôme d'accès aux études universitaires, brevet professionnel…), et contrat d'apprentissage ou de professionnalisation avec une entreprise : le CFA vous aide à la trouver.
Durée	2 ans
Rythme	Au CFA le **jeudi**, de 9 h à 13 h et de 14 h à 18 h, et le **vendredi**, de 9 h à 13 h et de 14 h à 16 h (14 heures par semaine) ; en entreprise du lundi au mercredi. Le calendrier annuel de formation, remis à l'inscription, précise les semaines de cours, les examens blancs et les congés.
Volume horaire au CFA	**1 350 heures** en contrat d'apprentissage (675 heures en 1re année, 675 heures en 2e année) ; **1 100 heures** en contrat de professionnalisation
Lieu	Campus Paris 12e – 10, rue de la Véga, 75012 Paris · formation en présentiel
Coût	Aucun frais de formation pour l'alternant. Le coût est pris en charge par l'opérateur de compétences (OPCO) de l'employeur, selon le niveau de prise en charge fixé pour le diplôme ; un reste à charge peut subsister pour l'employeur.
Handicap	Aménagements possibles de la formation et des épreuves : Mme Marine MOLINA, référente handicap · mm@groupeigf.com · 01 48 05 76 75

Organisation et pédagogie

Volume horaire par enseignement

Enseignement	Épreuve	1re année	2e année	Total
Culture générale et expression	E1	80 h	80 h	**160 h**
Communication en langue vivante étrangère 1 (anglais)	E2 · E3	80 h	80 h	**160 h**
Culture économique, juridique et managériale	E4	90 h	90 h	**180 h**
Développement de la relation client et vente conseil	E5	90 h	90 h	**180 h**
Animation et dynamisation de l'offre commerciale	E6	90 h	90 h	**180 h**
Gestion opérationnelle	E7	120 h	120 h	**240 h**
Management de l'équipe commerciale	E8	125 h	125 h	**250 h**
Total		**675 h**	**675 h**	**1350 h**

Répartition établie par le CFA pour le contrat d'apprentissage. La grille horaire de l'annexe III a de l'arrêté (p. 52) concerne la voie scolaire et n'est donnée qu'à titre indicatif.

Méthodes pédagogiques

- Cours en présentiel, travaux dirigés, cas d'entreprises et mises en situation professionnelles
- Travaux de groupe, activités de recherche, projets collectifs et visites d'entreprises
- Ateliers de développement personnel et ateliers digitaux
- Examens blancs, écrits et oraux, dans les conditions de l'examen
- Ressources pédagogiques en ligne sur YPAREO

Suivi de votre parcours

- **Un référent formation** vous suit tout au long de la formation, en lien avec votre **maître d'apprentissage** en entreprise ; entretiens de progrès et séances de régulation de groupe.
- **Livret d'apprentissage numérique** (YPAREO) : vos missions, les situations professionnelles liées au référentiel, les obligations de l'employeur et les contacts du CFA.
- **Livret de compétences** (YPAREO) : chaque compétence y est indiquée acquise, en cours d'acquisition ou non acquise, avec sa date d'acquisition. Il est complété par le formateur et consultable par vous et par votre maître d'apprentissage.

Évaluer vos progrès, préparer l'examen

Tout au long de la formation, vos acquis sont évalués : contrôles continus dans chaque enseignement, écrits, restitutions orales, travaux de recherche individuels ou en groupe, cas de synthèse, dossier de projet professionnel avec soutenance orale, examens blancs.

Ces évaluations mesurent vos progrès et vous entraînent : elles n'entrent pas dans la note du diplôme, qui est délivré à l'issue de la session nationale d'examen (partie 03).

Votre avis compte. Deux campagnes d'évaluation anonyme des enseignements ont lieu chaque année, en novembre et en avril, et un questionnaire de satisfaction vous est proposé en fin de parcours. Vous êtes informé(e) des améliorations retenues.

Blocs de compétences

Le BTS MCO comprend **quatre blocs de compétences**, enregistrés au Répertoire national des certifications professionnelles (fiche RNCP38362). Ces blocs structurent le programme : chacun correspond à **une épreuve professionnelle** de l'examen.

Bloc de compétences	Compétences attestées	Évaluation
RNCP38362BC01 **Développement de la relation client et vente conseil**	• Assurer la veille informationnelle • Réaliser des études commerciales • Vendre • Entretenir la relation client	**E5 · orale**
RNCP38362BC02 **Animation, dynamisation de 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	**E6 · orale**
RNCP38362BC03 **Gestion opérationnelle**	• Gérer les opérations courantes • Prévoir et budgétiser l'activité • Analyser les performances	**E7 · écrite**
RNCP38362BC04 **Management de l'équipe commerciale**	• Organiser le travail de l'équipe commerciale • Recruter des collaborateurs • Animer l'équipe commerciale • Évaluer les performances de l'équipe commerciale	**E8 · écrite**

Le détail des activités, des critères d'évaluation et des savoirs associés figure dans le référentiel des activités professionnelles (annexe I a, p. 13 à 19) et dans le référentiel de certification (annexe I b, p. 20 à 31).

Possibilités de valider un ou plusieurs blocs de compétences

- **Un bloc est acquis** dès que vous obtenez **au moins 10/20** à l'épreuve correspondante (E5, E6, E7 ou E8). Sur demande, une **attestation** vous est délivrée pour chaque bloc acquis, même si vous n'obtenez pas le diplôme.
- **En cas d'échec au diplôme**, vous pouvez conserver **pendant cinq ans** le bénéfice des notes égales ou supérieures à 10/20 : vous ne repassez alors que les autres épreuves.
- **Les blocs déjà acquis**, lors d'une session précédente ou par la **validation des acquis de l'expérience (VAE)**, peuvent vous dispenser des épreuves correspondantes.
- Les épreuves générales (E1 à E4) font partie du diplôme, mais ne constituent pas des blocs de compétences de la fiche RNCP38362.

Équivalences et passerelles

- La fiche RNCP38362 n'établit pas de correspondance entre ces blocs et ceux d'une autre certification.
- Les correspondances entre les épreuves de l'ancien BTS Management des unités commerciales et celles du BTS MCO figurent à l'annexe VI de l'arrêté du 8 juillet 2024 (p. 51).
- Les métiers visés et les poursuites d'études sont présentés dans la plaquette de formation 2026-2027 et sur la fiche formation du site groupeigf.com.

Les épreuves du diplôme

Le diplôme est délivré à l'issue d'une **session nationale d'examen**, en fin de 2e année. Au CFA Groupe IGF, toutes les épreuves sont passées en **forme ponctuelle**. **Le CFA procède à votre inscription** et vous informe des convocations : vérifiez la confirmation d'inscription qui vous est transmise et signalez sans attendre toute erreur.

Épreuve	Intitulé	Unité	Coef.	Forme et durée	ECTS
E1	Culture générale et expression	U1	**3**	Écrite · 3 h	**17**
E2	Langue vivante étrangère 1 : compréhension de l'écrit et expression écrite	U2	**1,5**	Écrite · 2 h	**9**
E3	Langue vivante étrangère 1 : compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction	U3	**1,5**	Orale · 20 min, préparation 20 min	**9**
E4	Culture économique, juridique et managériale	U4	**3**	Écrite · 4 h	**17**
E5	Développement de la relation client et vente conseil	U5	**3**	Orale · 30 min [1]	**17**
E6	Animation et dynamisation de l'offre commerciale	U6	**3**	Orale · 30 min [1]	**17**
E7	Gestion opérationnelle	U7	**3**	Écrite · 3 h	**17**
E8	Management de l'équipe commerciale	U8	**3**	Écrite · 2 h 30	**17**
EF1	Langue vivante étrangère 2 (facultative)	UF1	–	Orale · 20 min, préparation 20 min	–
EF2	Parcours de professionnalisation à l'étranger (facultative)	UF2	–	Orale · 20 min	–
EF3	Entrepreneuriat (facultative)	UF3	–	Orale · 20 min	–
EF4	Engagement étudiant (facultative)	UF4	–	Orale · 20 min	–

[1] Épreuve sur dossier numérique : voir l'encadré ci-dessous.

Règlement d'examen et crédits européens : annexe IV de l'arrêté du 8 juillet 2024, applicable depuis la session 2025. Épreuves facultatives : la langue choisie en EF1 doit être différente de celle des épreuves E2 et E3 ; seuls les points au-dessus de 10/20 sont pris en compte.

Les dossiers numériques des épreuves E5 et E6 : une condition pour être interrogé

- Pour chaque épreuve, un **dossier numérique personnel** rend compte des activités réalisées : compétences mobilisées, date et durée, contexte professionnel, objectifs, méthodologie, moyens et techniques mis en œuvre, résultats obtenus.
- **E5** porte sur le bloc 1 (relation client et vente conseil), **E6** sur le bloc 2 (animation et dynamisation de l'offre commerciale).
- Le jour de l'épreuve, vous présentez pendant 10 minutes au plus le contexte de vos activités, obligatoirement à l'aide d'une **présentation numérique**, puis la commission vous interroge.
- Le dossier est remis au jury en format numérique et fait l'objet d'un contrôle de conformité avant l'interrogation. **Sans dossier, le candidat ne peut pas être interrogé** : l'épreuve reçoit la mention **NV (non valide)** et **le diplôme ne peut pas être délivré**.
- Venez avec l'équipement numérique permettant d'accéder à votre dossier et de le consulter. Pour les apprentis, les attestations de stage sont remplacées par l'attestation de l'employeur.
- Le dossier est une production personnelle : tout plagiat est traité comme une fraude.

Résultats, épreuves de contrôle et notes conservées

Obtenir le diplôme

Le diplôme est obtenu avec une **moyenne générale d'au moins 10/20**, calculée selon les coefficients des épreuves.

Les épreuves de contrôle

Vous pouvez passer les épreuves de contrôle (le « rattrapage ») si votre moyenne générale est **d'au moins 8/20 et inférieure à 10/20** et si vous obtenez **au moins 10/20 de moyenne aux épreuves professionnelles** (E5 à E8).

- **deux interrogations orales**, à choisir parmi les épreuves du domaine général : culture générale et expression, langue vivante étrangère 1 (écrit ou oral), culture économique, juridique et managériale ;
- chacune dure **20 minutes, après 20 minutes de préparation** (10 et 10 minutes en langue vivante) ;
- seule la meilleure note, de l'épreuve initiale ou de l'épreuve de contrôle, est retenue ; vous êtes admis(e) si votre nouvelle moyenne atteint 10/20.

Notes conservées, blocs acquis

- Le bénéfice des notes égales ou supérieures à 10/20 est conservé **cinq ans** à compter de leur obtention, à votre demande.
- L'examen se passe en principe dans sa **forme globale** : toutes les épreuves lors de la même session. La **forme progressive**, épreuve par épreuve sur plusieurs sessions, est ouverte à certains candidats dans les conditions des articles D. 643-20 à D. 643-23 du code de l'éducation.
- Chaque bloc acquis (E5, E6, E7 ou E8) peut faire l'objet d'une attestation : voir la partie 02.

Aménagements d'épreuves

En situation de handicap ou de trouble de santé, vous pouvez obtenir un aménagement de vos épreuves (temps majoré, aide humaine ou technique…). La demande se prépare avec la référente handicap et se dépose **au plus tard à la date limite d'inscription à l'examen**.

Mme Marine MOLINA · mm@groupeigf.com · 01 48 05 76 75

Les règles à connaître le jour de l'examen

- Munissez-vous de votre convocation et d'une pièce d'identité ; respectez l'heure indiquée.
- Pour E5 et E6, apportez l'équipement numérique permettant d'accéder à votre dossier et votre présentation numérique.
- Toute fraude ou tentative de fraude, y compris l'usage non autorisé d'outils d'intelligence artificielle, expose à des sanctions prononcées par les autorités académiques.

Sources : arrêté de définition du diplôme et ses modifications (partie 04) ; décret n° 2022-850 du 3 juin 2022 et note de service relative aux épreuves de contrôle du BTS pour la session 2026 (Bulletin officiel de l'enseignement supérieur et de la recherche, 2025, n° 40) ; note d'inscription au BTS du service interacadémique des examens et concours (bénéfice des notes).

Guide de lecture des textes

Les pages qui suivent reproduisent les textes officiels du diplôme, dans l'ordre de leurs annexes. Ce tableau indique, pour chacun, s'il est toujours applicable et où le trouver dans ce document.

Texte	Statut	Pages
Arrêté du 15 octobre 2018 portant définition et fixant les conditions de délivrance du BTS « Management commercial opérationnel »	En vigueur, modifié	**p. 10 à 11**
Sommaire ; annexe I a : référentiel des activités professionnelles ; annexe I b : référentiel de certification (blocs 1 à 4 et savoirs associés)	En vigueur	**p. 12 à 31**
~~Tableau de synthèse, annexes II a à II d (unités, dispenses, règlement d'examen, définition des épreuves) et annexe IV (correspondances) d'origine~~	Remplacés par l'arrêté du 8 juillet 2024	**Non reproduits**
Arrêté du 8 juillet 2024 (Journal officiel du 10 juillet 2024, texte 63) : tableau de synthèse, unités, dispenses, règlement d'examen avec crédits européens, définition des épreuves, correspondances	En vigueur depuis la session 2025	**p. 32 à 51**
Annexe III a : grille horaire (voie scolaire) ; annexe III b : stage en milieu professionnel (les mentions E41 et E42 y sont devenues E5 et E6, art. 6 de l'arrêté du 8 juillet 2024)	En vigueur, modifiée	**p. 52 à 56**

⚠ Textes intervenus depuis : ce qu'ils changent

- **Épreuves de contrôle.** Le décret n° 2022-850 du 3 juin 2022 a créé les épreuves de contrôle du BTS ; leurs modalités sont fixées par l'arrêté du 3 juin 2022, modifié par l'arrêté du 20 juin 2024, et précisées chaque année par note de service (partie 03).
- **Blocs de compétences.** Les blocs du diplôme et leurs modalités de validation sont ceux de la fiche RNCP38362 de France compétences (partie 02).

⚖ **Seuls les textes publiés au Journal officiel et au Bulletin officiel font foi.** Les pages reproduites en sont des copies, fournies à titre d'information. Les textes en vigueur peuvent être consultés sur legifrance.gouv.fr, et la fiche du diplôme sur francecompetences.fr (fiche RNCP38362). Sources consultées le 22/10/2026.

GROUPE IGF

04 · LES TEXTES OFFICIELS

Textes officiels du BTS MCO

A	Arrêté du 15 octobre 2018 et annexe I	p. 9 à 31
B	Arrêté du 8 juillet 2024 : unités, règlement d'examen et définition des épreuves	p. 32 à 51
C	Annexe III de l'arrêté du 15 octobre 2018	p. 52 à 56

Reproduction des textes publiés. Le tableau de synthèse et les annexes II et IV d'origine, remplacés en 2024, ne sont pas reproduits. Les numéros de page du présent document figurent en bas à droite de chaque page.

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR,
DE LA RECHERCHE
ET DE L'INNOVATION

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

Management commercial opérationnel

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Ministère de l'enseignement supérieur,
de la recherche et de l'innovation

Arrêté du 15 OCT. 2018

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

NOR : ESRS1827364A

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'Education du 20 septembre 2018,

Arrête :

Article 1er

Groupe IGF · Référentiel du BTS MCO 2026-2027 · p. 10

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 D643-14 et D643-20 à D643-23 du code de l'Education. 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 D643-13 à D643-26 du code de l'Education.

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 D643-15 du code de l'Education, 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

Groupe IGF · Référentiel du BTS MCO 2026-2027 · p. 11

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.

Fait le 15 OCT. 2018

Pour la Ministre et par délégation
Pour la Directrice générale de l'enseignement
supérieur et de l'insertion professionnelle
Le Chef de service de la stratégie des formations et de la vie étudiante

Rachel-Marie PRADEILLES-DUVAL

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 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 ACTIVITES

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

Conditions d'exercice

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.

Ressources et moyens mis à disposition	Relations
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 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	<u>Relations internes</u> Responsables hiérarchiques Équipe commerciale Services supports <u>Relations externes</u> Clients actuels et potentiels Fournisseurs Prestataires de services Concurrents

<u>Résultats attendus</u>

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*

Conditions d'exercice

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.

Ressources et moyens mis à disposition	**Relations**
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	<u>Relations internes</u> Responsables hiérarchiques Équipe commerciale Services supports Plateforme logistique Centrale d'achat <u>Relations externes</u> Fournisseurs Clients Prestataires de services logistiques et bancaires

<u>Résultats attendus</u>

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.
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 règlementaire. 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 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	Relations internes Responsables hiérarchiques Équipe commerciale Services supports Relations externes 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 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

<table>
<tr><th>Compétences</th><th>Savoirs associés</th></tr>
<tr><td><u>Assurer la veille informationnelle</u>
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</td><td rowspan="4">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</td></tr>
<tr><td><u>Réaliser et exploiter des études commerciales</u>
Construire une méthodologie
Recueillir les données
Exploiter les résultats</td></tr>
<tr><td><u>Vendre dans un contexte omnicanal</u>
Préparer la vente
Accueillir le client
Conseiller
Argumenter
Conclure la vente</td></tr>
<tr><td><u>Entretenir la relation client</u>
Suivre les évolutions des attentes du client
Évaluer l'expérience client
Accompagner le client
Fidéliser la clientèle
Accroitre la « valeur client »</td></tr>
<tr><td colspan="2"><u>Critères d'évaluation</u>
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.</td></tr>
</table>

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

<table>
<tr><th>Compétences</th><th>Savoirs associés</th></tr>
<tr><td><u>Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services</u>
Analyser la demande
Analyser l'offre existante
Construire et/ou adapter l'offre de l'unité commerciale</td><td rowspan="5">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
Les relations producteurs/distributeurs
Le marchandisage
L'animation commerciale et les actions promotionnelles
La communication de l'unité commerciale</td></tr>
<tr><td><u>Organiser l'espace commercial</u>
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</td></tr>
<tr><td><u>Développer les performances de l'espace commercial</u>
Mettre en valeur les produits
Optimiser l'implantation de l'offre
Proposer et organiser des animations commerciales
Proposer et organiser des opérations promotionnelles</td></tr>
<tr><td><u>Concevoir et mettre en place la communication commerciale</u>
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</td></tr>
<tr><td><u>Évaluer l'action commerciale</u>
Analyser l'impact des actions mises en œuvre
Proposer des axes d'amélioration ou de développement</td></tr>
<tr><td colspan="2"><u>Critères d'évaluation</u>
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.</td></tr>
</table>

Bloc de compétences n° 3 : Assurer la gestion opérationnelle

<table>
<tr><th>Compétences</th><th>Savoirs associés</th></tr>
<tr><td><u>Gérer les opérations courantes</u>
Garantir les approvisionnements
Gérer les stocks
Suivre les règlements et la trésorerie
Fixer les prix
Gérer les risques</td><td rowspan="3">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
La trésorerie
Le compte de résultat
Les coûts et les marges
La fixation des prix
Le bilan
La gestion des risques
Les méthodes de prévision des ventes
Les budgets
Le financement de l’investissement
Les critères de choix d’investissement
Les indicateurs de performance
La rentabilité de l’activité
Le reporting</td></tr>
<tr><td><u>Prévoir et budgétiser l’activité</u>
Fixer des objectifs commerciaux
Élaborer des budgets
Participer aux décisions d’investissement</td></tr>
<tr><td><u>Analyser les performances</u>
Concevoir et analyser un tableau de bord
Analyser la rentabilité de l’activité
Exploiter et enrichir le système d’information commercial
Proposer des mesures correctrices
Rendre compte</td></tr>
<tr><td colspan="2"><u>Critères d’évaluation</u>
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.</td></tr>
</table>

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

<table>
<tr><th>Compétences</th><th>Savoirs associés</th></tr>
<tr><td><u>Organiser le travail de l'équipe commerciale</u>
Recenser les ressources disponibles et les besoins
Répartir les tâches
Réaliser les plannings
Respecter la législation.</td><td rowspan="3">Le cadre légal et réglementaire de l'activité
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</td></tr>
<tr><td><u>Recruter des collaborateurs</u>
Évaluer les besoins en compétences et en personnel
Participer au recrutement
Conduire un entretien de recrutement
Intégrer les nouveaux arrivants</td></tr>
<tr><td><u>Animer l'équipe commerciale</u>
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</td></tr>
<tr><td><u>Évaluer les performances de l'équipe commerciale</u>
Concevoir et analyser un tableau de bord de suivi d'équipe
Mesurer et analyser les performances individuelles et collectives
Proposer des actions d'accompagnement</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2"><u>Critères d'évaluation</u>
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.</td></tr>
</table>

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 règlementation 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 règlementation 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 règlementation 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 règlementaire 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, règlementaires 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

Les performances individuelles et collectives	Le plan de communication de crise Les principaux indicateurs du tableau de bord L'analyse des performances Les actions de remédiation

Décrets, arrêtés, circulaires

TEXTES GÉNÉRAUX

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

Arrêté du 8 juillet 2024 modifiant l'arrêté du 15 octobre 2018 modifié portant définition et fixant les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur « Management commercial opérationnel »

NOR : *ESRS2414617A*

Le ministre de l'intérieur et des outre-mer et la ministre de l'enseignement supérieur et de la recherche,

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

Vu l'arrêté du 15 octobre 2018 modifié portant définition et fixant les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur « Management commercial opérationnel » ;

Vu l'avis du Conseil national de l'enseignement supérieur et de la recherche du 14 mai 2024 ;

Vu l'avis du Conseil supérieur de l'éducation du 22 mai 2024,

Arrêtent :

Art. 1er. – Les dispositions de l'annexe de l'arrêté du 15 octobre 2018 susvisé relatives au tableau de synthèse – domaines d'activités – blocs de compétences – unités sont remplacées par celles figurant à l'annexe I du présent arrêté.

Art. 2. – Les dispositions de l'annexe II a de l'arrêté du 15 octobre 2018 susvisé relatives aux unités constitutives du diplôme sont remplacées par celles figurant à l'annexe II du présent arrêté.

Art. 3. – Les dispositions de l'annexe II b de l'arrêté du 15 octobre 2018 susvisé relatives aux dispenses d'unités sont remplacées par celles figurant à l'annexe III du présent arrêté.

Art. 4. – Les dispositions de l'annexe II c de l'arrêté du 15 octobre 2018 susvisé relatives au règlement d'examen sont remplacées par celles figurant à l'annexe IV du présent arrêté.

Art. 5. – Les dispositions de l'annexe II d de l'arrêté du 15 octobre 2018 susvisé relatives à la définition des épreuves sont remplacées par celles figurant à l'annexe V du présent arrêté.

Art. 6. – A l'annexe III b de l'arrêté du 15 octobre 2018 susvisé relative au stage en milieu professionnel :

1° Les mots : « E41 » sont remplacés par les mots : « E5 » ;

2° Les mots : « E42 » sont remplacés par les mots : « E6 ».

Art. 7. – Les dispositions de l'annexe IV de l'arrêté du 15 octobre 2018 susvisé relatives au tableau de correspondance entre les épreuves et unités sont remplacées par celles figurant à l'annexe VI du présent arrêté.

Art. 8. – Après l'article 5 de l'arrêté du 15 février 2018 susvisé, il est inséré un article 5 *bis* ainsi rédigé :

« *Art. 5* bis. – Le présent arrêté est applicable dans les îles de Wallis-et-Futuna, en Polynésie française et en Nouvelle-Calédonie dans sa version résultant de l'arrêté du 8 juillet 2024 modifiant l'arrêté du 15 février 2018 modifié portant définition et fixant les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur « Management commercial opérationnel ».

Art. 9. – Les dispositions du présent arrêté s'appliquent à compter de la session d'examen 2025.

Art. 10. – Le présent arrêté sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait le 8 juillet 2024.

La ministre de l'enseignement supérieur et de la recherche,
Pour la ministre et par délégation :
La cheffe du service de la stratégie des formations et de la vie étudiante, adjointe à la directrice générale,
L. Vagner-Shaw

Le ministre de l'intérieur
et des outre-mer,
Pour le ministre et par délégation :
Le directeur général des outre-mer,
O. JACOB

ANNEXES

ANNEXE I

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 U5 : Développement de la relation client et vente conseil**
Domaine d'activités 2 : **Animation et dynamisation de l'offre commerciale** – Elaboration 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 – Conception et mise en œuvre de la communication externe de l'unité commerciale – Analyse et suivi de l'action commerciale	**Bloc de compétences 2 :** **Animer et dynamiser l'offre commerciale** – Elaborer 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 – Evaluer l'action commerciale	**Unité U6 : Animation et dynamisation de l'offre commerciale**
Domaine d'activités 3 : **Gestion opérationnelle** – Fixation des objectifs commerciaux – Gestion des approvisionnements et suivi des achats – Gestion des stocks – Suivi des règlements – Elaboration 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 U7 : Gestion opérationnelle**
Domaine d'activités 4 : **Management de l'équipe commerciale** – Evaluation des besoins en personnel – Répartition des tâches – Réalisation de plannings – Organisation du travail – Recrutement et intégration – Animation et valorisation de l'équipe – Evaluation des performances individuelles et collectives de l'équipe – Individualisation de la formation des membres de l'équipe	**Bloc de compétences 4 :** **Manager l'équipe commerciale** – Organiser le travail de l'équipe commerciale – Recruter des collaborateurs – Animer l'équipe commerciale – Evaluer les performances de l'équipe commerciale	**Unité U8 : Management de l'équipe commerciale**
	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 U2 : Communication en langue vivante étrangère 1 : Compréhension de l'écrit et expression écrite**

DOMAINES D'ACTIVITÉS	BLOCS DE COMPÉTENCES	UNITÉS
	Langue vivante étrangère 1 – Compréhension de l'oral – Production et interactions orales	**Unité U3 : Communication en langue vivante étrangère 1 : 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 – Etablir 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 U4 : 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 – 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	**Unité UF2 : Parcours de professionnalisation à l'étranger**
	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 – Evaluer le potentiel commercial – Mesurer la solidité des relations de partenariat envisagées – Effectuer la gestion prévisionnelle des ressources humaines – Etudier la faisabilité financière du projet de création ou de reprise	**Unité UF3 : Entrepreneuriat**
	Bloc facultatif : Engagement étudiant – Approfondissement des compétences évaluées à l'épreuve E5. – Développement de compétences spécifiques à un domaine ou à une activité professionnelle particulière en lien avec le référentiel du diplôme et plus particulièrement s'agissant des compétences évaluées dans l'épreuve E5.	**Unité UF4 : Engagement étudiant**

ANNEXE II

UNITÉS CONSTITUTIVES DU DIPLÔME

UNITÉS	INTITULÉS
U1	**Culture générale et expression**
U2	**Communication en langue vivante étrangère 1 : Compréhension de l'écrit et expression écrite**
U3	**Communication en langue vivante étrangère 1 : Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction**
U4	**Culture économique, juridique et managériale**
U5	**Développement de la relation client et vente conseil**
U6	**Animation et dynamisation de l'offre commerciale**
U7	**Gestion opérationnelle**
U8	**Management de l'équipe commerciale**
UF1 Unité facultative	**Communication en langue vivante étrangère 2**
UF2 Unité facultative	**Parcours de professionnalisation à l'étranger**
UF3 Unité facultative	**Entrepreneuriat**
UF4 Unité facultative	**Engagement étudiant**

ANNEXE III

DISPENSES D'UNITÉS

Les candidats titulaires d'un BTS d'une autre spécialité, d'un DUT ou d'un diplôme national de niveau 5 ou supérieur seront, à leur demande, dispensés de subir l'épreuve U1 Culture générale et expression ainsi que les unités U2 « Communication en langue vivante étrangère 1 : Compréhension de l'écrit et expression écrite » et U3 « Communication en langue vivante étrangère 1 : Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction ».

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 U4 « Culture économique, juridique et managériale » définie par l'arrêté du 15 février 2018 (publié au *JO*RF du 6 mars 2018).

ANNEXE IV

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	
Epreuves	**Unité**	**Coef**	**Crédits européens**	**Forme**	**Durée**	**Forme**	**Durée**	**Forme**	**Durée**
Epreuve générale E1 Culture générale et expression	U1	3	17	Ponctuelle écrite	3 heures	CCF 2 situations d'évaluation		Ponctuelle écrite	3 heures
Epreuve générale E2 Communication en langue vivante étrangère 1 : Compréhension de l'écrit et expression écrite	U2	1,5	9	Ponctuelle écrite	2 heures	CCF 2 situations d'évaluation		Ponctuelle écrite	2 heures
Epreuve générale E3 Communication en langue vivante étrangère 1 : Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction	U3	1,5	9	CCF	20 minutes ([*] 20 minutes)	CCF 1 situation d'évaluation		Ponctuelle orale	20 minutes ([*] 20 minutes)
Epreuve générale E4 Culture économique, juridique et managériale	U4	3	17	Ponctuelle écrite	4 heures	CCF 2 situations d'évaluation		Ponctuelle écrite	4 heures
Epreuve professionnelle E5 Développement de la relation client et vente conseil	U5	3	17	CCF		CCF		Ponctuelle Orale	30 minutes
Epreuve professionnelle E6 Animation et dynamisation de l'offre commerciale	U6	3	17	CCF		CCF		Ponctuelle Orale	30 minutes
Epreuve professionnelle E7 Gestion opérationnelle	U7	3	17	Ponctuelle écrite	3 heures	Ponctuelle écrite		Ponctuelle écrite	3 h
Epreuve professionnelle E8 Management de l'équipe commerciale	U8	3	17	CCF		CCF		Ponctuelle écrite	2 h 30
EF1 Communication en Langue vivante étrangère 2 (**)	UF1 (***)			Ponctuelle Orale	20 minutes ([*] 20 minutes)	Oral	20 minutes ([*] 20 minutes)	Ponctuelle Orale	20 minutes ([*] 20 minutes)
EF2 Parcours de professionnalisation à l'étranger	UF2 (***)			Ponctuelle Orale	20 minutes	Oral	20 minutes	Ponctuelle Orale	20 minutes
EF3 Entrepreneuriat	UF3 (***)			Ponctuelle Orale	20 minutes	Oral	20 minutes	Ponctuelle Orale	20 minutes
EF4 Engagement étudiant	UF4 (***)			CCF		CCF		Ponctuelle Orale	20 minutes

(*) 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 V

DÉFINITION DES ÉPREUVES

E1 – CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION	
Coefficient 3	**U1**

L'unité U1 « culture générale et expression » valide les compétences établies par l'arrêté du 13 juillet 2023 relatif aux objectifs et contenus de l'enseignement de culture générale et expression, aux compétences travaillées et à la définition de l'épreuve de culture générale et expression du brevet de technicien supérieur (publié au *JO*RF n° 0177 du 2 août 2023).

E2 – COMMUNICATION EN LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE 1 : COMPRÉHENSION DE L'ÉCRIT ET EXPRESSION ÉCRITE	
Coefficient 1,5	**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.

2. Modalités d'évaluation de l'épreuve

L'épreuve E2 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).

Cette 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 l'épreuve sont identiques à celles de l'épreuve ponctuelle.

E3 – COMMUNICATION EN LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE 1 : COMPRÉHENSION DE L'ORAL, PRODUCTION ORALE EN CONTINU ET EN INTERACTION	
Coefficient 1,5	U3

L'unité U3 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 l'oral ;
– production et interaction orales.

2. Modalités d'évaluation de l'épreuve

L'épreuve E3 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). Cette 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 '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 l'épreuve :

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

E4 – CULTURE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGÉRIALE

Coefficient 3 **U4**

L'unité U4 Culture juridique, économique et managériale valide les compétences établies par l'arrêté du 15 février 2018 (publié au *JO*RF 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.

E5 – DEVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT ET VENTE CONSEIL

Coefficient 3 **U5**

1. Objectif

L'objectif de l'épreuve E5 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

L'épreuve E5 évalue les compétences et les savoirs associés décrits dans le bloc de compétences nº 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*

L'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.

L'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 nº 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 règlementation de l'examen ;
– documents constituant le dossier non visés ou non signés par les personnes habilitées à cet effet.

B. – *Forme ponctuelle*

Epreuve orale.

Durée : 30 minutes.

L'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.

L'épreuve E5 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.

E6 – ANIMATION ET DYNAMISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE

Coefficient 3 **U6**

1. Objectif

L'objectif de l'épreuve E6 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

L'épreuve E6 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*

L'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.

L'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 règlementation de l'examen ;
– documents constituant le dossier non visés ou non signés par les personnes habilitées à cet effet.

B. – *Forme ponctuelle*

Epreuve orale.

Durée : 30 minutes.

L'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 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.

II. – L'épreuve E6 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.

E7 – GESTION OPERATIONNELLE	
Coefficient 3	**U7**

Epreuve ponctuelle écrite.

Durée : 3 heures.

1. Objectif

L'objectif de l'épreuve E7 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 E7 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.

E8 – MANAGEMENT DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE

Coefficient 3 **U8**

1. Objectif

L'objectif de l'épreuve E8 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 E8 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 épreuves E5 et E6 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.

EF 4 – ENGAGEMENT ETUDIANT

UF4

Epreuve orale, 20 minutes sans préparation

Objectifs

Cette épreuve vise à identifier les compétences, connaissances et aptitudes acquises par le candidat dans l'exercice des activités mentionnées à l'article L. 611-9 du code de l'éducation et qui relèvent de celles prévues par le référentiel d'évaluation du BTS « Management commercial opérationnel » pour laquelle le candidat demande sa reconnaissance « engagement étudiant ».

Cela peut concerner :

– l'approfondissement des compétences évaluées à l'épreuve E5 ;
– le développement de compétences spécifiques à un domaine ou à une activité professionnelle particulière en lien avec le référentiel du BTS « Management commercial opérationnel » et plus particulièrement s'agissant des compétences évaluées dans l'épreuve E5.

Critères d'évaluation

Les critères d'évaluation sont :

– l'appropriation des compétences liées au domaine professionnel ;
– la capacité à mettre en œuvre les méthodes et outils ;
– la qualité de l'analyse ;
– la qualité de la communication.

Modalités d'évaluation

Contrôle en cours de formation

Cette épreuve prend appui sur une fiche d'engagement étudiant, servant de support d'évaluation au jury, présentant une ou plusieurs activité(s) conduite(s) par le candidat. En l'absence de cette fiche, l'épreuve ne peut pas se dérouler. Les modalités de mise en œuvre (procédure, calendrier…) seront précisées dans la circulaire nationale d'organisation du présent BTS.

L'exposé doit intégrer :

– la présentation du contexte ;
– la description et l'analyse de(s) activité(s) ;
– la présentation des démarches et des outils ;
– le bilan de(s) activité(s) ;
– le bilan des compétences acquises.

La composition de la commission d'évaluation est la même que celle de l'épreuve E5.

Forme ponctuelle

Il s'agit d'une situation d'évaluation orale d'une durée de 20 minutes qui prend la forme d'un exposé (10 minutes) puis d'un entretien avec la commission d'évaluation (10 minutes).

Cette épreuve prend appui sur une fiche d'engagement étudiant servant de support d'évaluation au jury, présentant une ou plusieurs activité(s) conduite(s) par le candidat. En l'absence de cette fiche, l'épreuve ne peut pas se dérouler. Les modalités de mise en œuvre (renseignement de la fiche, grille d'évaluation du jury…) seront précisées dans la circulaire nationale d'organisation du présent BTS.

L'exposé doit intégrer :
– la présentation du contexte ;
– la description et l'analyse de(s) activité(s) ;
– la présentation des démarches et des outils ;
– le bilan de(s) activité(s) ;
– le bilan des compétences acquises.

La composition de la commission d'évaluation est la même que celle de l'épreuve E5.

ANNEXE VI

TABLEAU DE CORRESPONDANCE ENTRE ÉPREUVES ET UNITÉS

1. Tableau de correspondance entre les épreuves et unités du BTS « Management des unités commerciales créées par l'arrêté du 30 juillet 2003 et celles du BTS Management commercial opérationnel » modifiées par le présent arrêté

Brevet de technicien supérieur « Management des unités commerciales » (arrêté du 30 juillet 2003)		**Brevet de technicien supérieur « Management commercial opérationnel » (modifié par le présent arrêté)**	
Epreuves	**Unités**	**Epreuves**	**Unités**
E1 Culture générale et expression	U1	E1 Culture générale et expression	U1
E2 langue vivante étrangère	U2	E2 Communication en langue vivante étrangère 1 : Compréhension de l'écrit et expression écrite	U2
		E3 Communication en langue vivante étrangère 1 : Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction	U3
E3 Economie et droit Sous-épreuve E31 : économie et droit Sous-épreuve E32 : management des entreprises	U31 U32	E4 Culture économique, juridique et managériale	U4
E4 Management et gestion des unités commerciales	U4	E7 Gestion opérationnelle	U7
		E8 Management de l'équipe commerciale	U8
E5 Analyse et conduite de la relation commerciale	U5	E5 Développement de la relation client et vente conseil	U5
E6 Projet de développement d'une unité commerciale	U6		
EF1 Communication en langue vivante étrangère	UF1	EF1 Communication en langue vivante	UF1

2. Tableau de correspondance entre les épreuves et unités du BTS « Management commercial opérationnel créées par l'arrêté du 15 octobre 2018 modifié et celles du BTS Management commercial opérationnel » modifiées par le présent arrêté

Brevet de technicien supérieur « Management commercial opérationnel » (arrêté du 15 octobre 2018 modifié)		**Brevet de technicien supérieur « Management commercial opérationnel » (modifié par le présent arrêté)**	
Epreuves	**Unités**	**Epreuves**	**Unités**
E1 Culture générale et expression	U1	E1 Culture générale et expression	U1
E2 Communication en langue vivante étrangère 1 : – Compréhension de l'écrit et expression écrite – Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction	U2 U21 U22	E2 Communication en langue vivante étrangère 1 : Compréhension de l'écrit et expression écrite	U2
		E3 Communication en langue vivante étrangère 1 : Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction	U3
E3 Culture économique, juridique et managériale	U3	E4 Culture économique, juridique et managériale	U4
E4 Management et gestion des unités commerciales – Développement de la relation client et vente conseil – Animation et dynamisation de l'offre commerciale	U4 U41 U42	E5 Développement de la relation client et vente conseil	U5
		E6 Animation et dynamisation de l'offre commerciale	U6
E5 Gestion opérationnelle	U5	E7 Gestion opérationnelle	U7
E6 Management de l'équipe commerciale	U6	E8 Management de l'équipe commerciale	U8
EF1 Communication en langue vivante	UF1	EF1 Communication en langue vivante	UF1
EF2 Parcours de professionnalisation à l'étranger	UF2	EF2 Parcours de professionnalisation à l'étranger	UF2
EF3 Entrepreneuriat	UF3	EF3 Entrepreneuriat	UF3
EF4 Engagement étudiant	UF4	EF4 Engagement étudiant	UF4

Annexe III ORGANISATION DE LA FORMATION

Annexe III a Grille horaire hebdomadaire

Modules de formation	1ère année		2ème année		1ère année	2ème 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 vivante étrangère	1	2	1	2	90	90
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 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).

GROUPE IGF

Ensemble, votre réussite !

Campus Paris 12e – Véga

10, rue de la Véga
75012 Paris

Accueil

Secrétariat général
01 48 05 76 69
secretariat@groupeigf.com

Une question sur l'examen ?

Coordination pédagogique
pedagogie@groupeigf.com
01 78 94 06 85

GROUPE IGF – Informatique et Gestion France, SAS au capital de 39 636 € · SIRET 330 084 781 00054 · NAF 8559A · Déclaration d'activité enregistrée sous le n° 11 75 26041 75 auprès du préfet de région d'Île-de-France – cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État · UAI 0755886Z
Référentiel du BTS MCO 2026-2027 (IGF-Q-C1-12) – mise à jour du 22/10/2026. Remplace la version mise à jour le 10/12/2025.