

PORTFOLIO Portfolio - S6

Composante
Institut universitaire de technologie d'Angoulême

Présentation

Description

Prenant n'importe quelle forme, littérale, analogique ou numérique, la démarche portfolio pourra être menée dans le cadre d'ateliers au cours desquels l'étudiant retracera la trajectoire individuelle qui a été la sienne durant la troisième année du B.U.T. au prisme du référentiel de compétences et du parcours suivi, tout en adoptant une posture propice à une analyse distanciée et intégrative de l'ensemble des SAÉ.

Objectifs

- AC34.01BDMRC | Mettre en oeuvre la stratégie marketing et commerciale au sein de l'équipe
- AC34.02BDMRC | Fédérer les équipes autour de la réussite des objectifs marketing et commerciaux
- AC34.03BDMRC | Co-construire une offre en collaboration avec les parties prenantes concernées (externes et internes)
- AC34.01BI | Evaluer le diagnostic export/import et faire des préconisations
- AC34.02BI | Evaluer les marchés internationaux en prenant en compte le contexte géo-éco-politique, les particularités culturelles et les enjeux éthiques
- AC34.03BI | Proposer le mode d'entrée (filiale, joint venture, etc.) le plus adéquate
- AC34.01MDEE | Exploiter les données de masse en mobilisant les bons outils de traitement de l'information
- AC34.02MDEE | Mettre en oeuvre des spécificités du marketing digital
- AC34.03MDEE | Elaborer un cahier des charges e-business
- AC34.04MDEE | S'appuyer sur les indicateurs de performances pour améliorer la relation client
- AC34.05MDEE | Proposer des solutions adaptées aux spécificités de la chaîne logistique du e-commerce
- AC34.01MMPV | Fixer les objectifs en accord avec la méthode SMART
- AC34.02MMPV | Fédérer les équipes autour de l'atteinte des objectifs
- AC34.03MMPV | Sélectionner des collaborateurs en considérant les besoins de l'équipe
- AC34.04MMPV | Intégrer des collaborateurs à l'équipe
- AC34.05MMPV | Valoriser les compétences des membres de l'équipe
- AC34.01SME | Déterminer les attributs et territoires de la marque
- AC34.02SME | Elaborer une idéologie (ADN /valeurs défendues) de marque et ses composantes

- AC34.03SME | Construire l'identité de la marque
- AC34.04SME | Développer la communauté de marque et l'adhésion (community management, veille image de marque et e-réputation)
- AC35.01SME | Créer un événement complexe adapté aux attentes du commanditaire
- AC35.02SME | Intégrer les enjeux sécuritaires et réglementaires des événements de grande ampleur
- AC35.03SME | Rechercher des partenaires et des subventions
- AC35.04SME | Gérer des prestataires
- AC35.05SME | Manager un événement complexe
- AC35.01BDMRC | Asseoir la réussite de la relation client sur la cohérence globale de l'organisation (outils , processus, communication, structure organisationnelle...)
- AC35.02BDMRC | Optimiser l'expérience client par la mise en place d'un processus d'amélioration continue
- AC35.03BDMRC | Contribuer à la diffusion de la culture client au sein de l'organisation
- AC35.04BDMRC | Faire évoluer les outils de la relation client
- AC35.01BI | Mobiliser ses connaissances en processus de vente et d'achat dans des situations interculturelles
- AC35.02BI | Optimiser la chaîne logistique à l'international en intégrant les enjeux environnementaux et éthiques
- AC35.03BI | Gérer l'administration des ventes/achats à l'international notamment grâce à l'évaluation des modalités de financement de l'opération d'import ou d'export
- AC35.04BI | Proposer l'offre marketing adaptée au(x) marché(s) ciblé(s)
- AC35.01MDEE | Concevoir un modèle d'affaires complet incluant les sources de valeur, les parties prenantes et les externalités
- AC35.02MDEE | Faire des préconisations grâce aux outils du diagnostic stratégique
- AC35.03MDEE | Elaborer les documents financiers nécessaires en tant que concepteur du business model
- AC35.04MDEE | Contrôler la conformité et la pertinence du modèle
- AC35.05MDEE | Choisir les techniques de créativité individuelle et collective adaptées
- AC35.06MDEE | Développer un projet de façon proactive
- AC35.01MMPV | Comprendre les enjeux de la distribution et les évolutions du secteur
- AC35.02MMPV | Elaborer une stratégie commerciale en cohérence avec l'environnement concurrentiel
- AC35.03MMPV | Gérer la relation avec les fournisseurs ou le réseau
- AC35.04MMPV | Implanter un plan de merchandising, défini par le réseau ou par l'équipe de vente
- AC35.05MMPV | Optimiser les outils de GRC
- AC35.06MMPV | Optimiser le parcours client dans une perspective omnicanale par l'intégration des différents points de contact
- AC31.01 | Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement
- AC31.02 | Elaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne)
- AC31.03 | Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur
- AC31.04 | Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre
- AC32.01 | Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel
- AC32.02 | Elaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe
- AC32.03 | Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international, etc

Heures d'enseignement

TD	TD	13h
TP	TP	4h
PT-BUT	Projet tutoré (BUT)	65h