

Licence professionnelle commercialisation de produits et services industriels

Programme certifié RNCP : Code RNCP : 29631 par décision de France
Compétences
Code diplôme : 2503123D

DÉCOUVREZ LE

P R O G R A M M E

D É T A I L L É D E L A F O R M A T I O N

Semestre 2 :

UE 21 Outils du marketing industriel	S2	8	30	50		95	heures
Marketing des Produits et services industriels		2	10	10			25
Veille technologique et commerciale		1,5	10	5			20
Economie circulaire		1,5	10				15
Commercialisation des services industriels		2		20			20
Fidélisation, plans d'actions et outils à l'ère du digital		1		15			15
UE 22 Management des achats	S2	8	20	65		95	
Supply Chain management		1	10	5			20
Techniques du commerce international		1		15			15
Pilotage de l'activité achats		2	10				15
Achats spécifiques sectoriels		2		15			15
International Business Negotiation		1		20			20
International communication		1		10			10
UE 23 Activités en entreprise	S2	6				0	
						0	
						0	
UE 24 Mémoire de fin de cycle	S2	8	6	30		39	
Méthodologie mémoire			6				9
Mémoire (suivi et évaluation)				30			30
						0	
TOTAL GENERAL		60	166	305	0	509	

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et Services Industriels		
Mention	/		
Parcours	Alternance Etudes supérieures		
Titre du cours	Pilotage Activités Achats		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	15	2
Nom de l'enseignant	MORVAN		
Objectifs du cours	Piloter des activités d'achats Sélectionner les fournisseurs en adéquation avec le besoin de l'entreprise Rechercher les informations Maitriser les critères de sélection		
Compétences cibles	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser des documents, un cahier des charges, les synthétiser pour répondre à un appel d'offres - Analyser une documentation technique notamment en anglais - Comprendre un devis, comparer des propositions commerciales, - suivre un dossier commercial - établir et développer une relation commerciale 		
Contenu	Critères de sélection Méthode de comparaison Outils (collecte, suivis, ...)		
Approche pédagogique	Interactive, application, mise en situation		
Contrôle des connaissances	Feed back Evaluation à chaque fin de séance Evaluation sommative en fin de module		
Bibliographie	Toute la fonction achat DUNOT Philippe PETIT Le Marketing Achat Stratégies et Tactiques EYROLLES Roger PERROTIN		

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et Services Industriels		
Mention			
Parcours			
Titre du cours	Communication professionnelle		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	14h	1
Nom de l'enseignant	Béatrice GENOUX		
Objectifs du cours	-appréhender les différents enjeux de la communication professionnelle à l'écrit et à l'oral (à qui ? quoi ? comment ?)		
Compétences cibles	<ul style="list-style-type: none"> - Ecoute - Synthèse - Argumentation 		
Contenu	<p>-communication non verbale : langage du corps - territoires de communication et zones d'interaction</p> <p>-pratique de l'écoute active</p> <p>-la mise en scène des informations à « vendre » (le story telling)</p> <p>-l'argumentation / la recherche de position commune en groupe</p> <p>-rappel des codes professionnels de l'écrit</p>		
Approche pédagogique	Kinesthésique / exercices pratiques d'application pour faire émerger ou mettre en application des fondamentaux de la communication		
Contrôle des connaissances	2 évaluations (3eme et 4ème séquence : une écrite et une écrite + valorisation des interventions orales et contributions au travail de groupe)		
Bibliographie	<ul style="list-style-type: none"> - Les 5 conférences TED indispensables aux communicants - 40 exercices de communication – Grantham – Martel – Editions Chronique sociale - La communication non verbale - Barnier - Editions ESF - Votre parole vaut de l'or » - Blanckaert - Editions Plon - Article du Monde « Enquête - Pétain de correcteur » - 10/09/2022 sur les ratés de la correction automatique des SMS 		

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et Services Industriels		
Mention	/		
Parcours	Etudes supérieures		
Titre du cours	Développement des compétences relationnelles		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	12	5
Nom de l'enseignant	MORVAN		
Objectifs du cours	<p>Transmettre des techniques et des concepts Développer ses compétences relationnelles S'adapter aux cibles Intégrer les concepts de coopération Evaluer les ajustements relationnels</p>		
Compétences cibles	<p>Diagnostiquer les origines de ses succès Gérer les situations relationnelles compliquées</p> <p>Développement personnel pour une meilleure administration des relations interpersonnelles, de groupe</p>		
Contenu	<p>Analyse transactionnelle PNL Insight MBTI Ecoute active Outils de gestion des équipes Karpman Courant évolutionniste</p>		
Approche pédagogique	Interactive, application, mise en situation		
Contrôle des connaissances	<p>Feed back Evaluation à chaque fin de séance Evaluation sommative en fin de module</p>		
Bibliographie	<p>Paul Ricoeur Discours et communication P. WATZLAWICK J. HELMICK B. Don D. JACKSON une logique de communication Gilles AMADO André GUITTET Dynamique des communications dans les groupes Les Bases de la communication Humaine MYERS</p>		

Composante	ISM-IAE / ISTY / IUT Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence		
Mention	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et services industriels		
Parcours			
Titre du cours	Distribution de Produits et Services		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	16h	
Nom de l'enseignant	Patrick PELAGE Ingénieur équipements		
Objectifs du cours	Donner les éléments de base afin de comprendre les processus de distributions des produits et services dans les secteurs industriels et les commerces. Développer les compétences de managériales dans le secteur de la distribution et logistiques. Comprendre les vrais enjeux de la Supply Chain et de la logistique.		
Compétences cibles	A l'issue de ce cours, l'étudiant sera capable de comprendre les éléments de base des processus de distribution dans les secteurs industriels et commerciaux.		
Contenu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Typologie des réseaux de distribution classiques, ▪ Produits et services, ▪ L'unité commerciale, ▪ Les stratégies de distribution, ▪ Distribution et collaboration, ▪ Les outils de l'ECR, 		
Approche pédagogique	Cours magistraux ;		
Contrôle des connaissances	Contrôle à l'écrit		
Bibliographie			

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et Services Industriels		
Mention			
Parcours			
Titre du cours	Achats industriels et RSE		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	20 h	Semestre 1
Nom de l'enseignant	Eliane Pencher Boilet		
Objectifs du cours	Appréhender la notion d'achat à travers la recherche et la sélection des produits et des fournisseurs dans un environnement en intégrant la notion Responsabilité Sociétale et Environnementale à chaque étape		
Compétences cibles	Maîtriser l'environnement de l'entreprise (produits et marché) Intégrer les besoins des services concernés (quantité et qualités) Proposer et sélectionner les fournisseurs (cahier des charges) Formuler des actions concrètes pour réaliser des achats responsables		
Contenu	<p>Le concept de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise est à l'origine des 'Achats Durables' (les normes, les certifications)</p> <p>La stratégie des achats ((entreprises/fournisseurs/périmètre des achats)</p> <p>Le process achat et approvisionnement (différentes stratégies : prix -volume...)</p> <p>Les outils (appel d'offres,- veille concurrentielle)</p>		
Approche pédagogique	Cours en présentiel avec power point et exercices		
Contrôle des connaissances	Etude de cas finale		
Bibliographie	J'achète - I buy Philippe BOYER/Dalila ASLOUN/Olivier GALLET/José JEANNE ROSE		

Composante	ISM-IAE / ISTY / IUT Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence		
Mention	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et services industriels		
Parcours			
Titre du cours	Organisation et gestion de la production		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	14h	
Nom de l'enseignant	Patrick PELAGE Ingénieur équipements		
Objectifs du cours	Donner les bases pour comprendre le fonctionnement de la gestion de production en entreprise. Développer les compétences de managériales dans le secteur de la production/fabrication.		
Compétences cibles	A l'issue de ce cours, l'étudiant sera capable de comprendre les éléments de base de la gestion de production dans le secteur industriel en particulier. Il aura acquis les connaissances essentielles sur les stratégies utilisées dans l'entreprise pour optimiser les cycles qui interviennent dans les différentes phases de fabrication.		
Contenu	<ul style="list-style-type: none"> • Vision de l'entreprise, • Organisation d'une entreprise, • Objectif de la gestion de production, • De la GPAO aux ERP, • Les Stocks dans la gestion de production, • Notions d'article – Nomenclature, • L'approvisionnement, • Les achats, • sous-traitance, • Gestion administrative des stocks, • La qualité, 		
Approche pédagogique	Cours magistraux ;		
Contrôle des connaissances	Contrôle à l'écrit		
Bibliographie			

Composante	ISM-IAE / ISTY / IUT Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence		
Mention	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et services industriels		
Parcours			
Titre du cours	Fidélisation, plans d'actions et outils à l'ère du digital		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	15	2
Nom de l'enseignant	Yamina SEHIL		
Objectifs du cours	Appréhender les enjeux de la relation client dans le domaine industriel et connaître les stratégies et techniques utilisées pour mettre en œuvre une gestion de la relation client vertueuse		
Compétences cibles	<ul style="list-style-type: none"> - Repérer les stratégies possibles en matière de gestion de la relation clients - Utiliser les techniques de gestion de la relation client dans un contexte industriel - Bâtir des plans d'actions pour fidéliser la clientèle - Appréhender les spécificités du marketing direct dans le contexte industriel - Utiliser les outils digitaux pour fidéliser les clients dans le contexte industriel 		
Contenu	<p>1- La relation commerciale dans le domaine industriel : les étapes du cycle de vie de la relation client, les stratégies (segmentation...) et les contacts commerciaux</p> <p>2- Le marketing direct dans le contexte industriel : l'utilisation des bases de données, les supports et outils digitaux, les stratégies de fidélisation clients (CRM)</p>		
Approche pédagogique	2 cours magistraux ponctués de TD qui sont des études de cas pratiques pour illustrer les connaissances acquises lors des CM Références aux outils utilisés par les apprentis en entreprises : outils de CRM et pratiques		
Contrôle des connaissances	Evaluations de 3 TD notés durant les séances Elaboration et présentation d'un projet de GRC et fidélisation des clients pour 2 start-up locales (Eco-pi et Hubadviser)		
Bibliographie	La stratégie de la relation client – Dunod Management de la fidélisation – développer la relation client : de la stratégie aux technologies numériques DUT Techniques de commercialisation		

Composante	ISM-IAE / ISTY / IUT Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence		
Mention	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et services industriels		
Parcours			
Titre du cours	Comptabilité de gestion		
	Langue	Heures	Semestre
	Français		
Nom de l'enseignant	Marielle BILOO		
Objectifs du cours	<ul style="list-style-type: none"> - Appréhender les fondamentaux de la comptabilité de gestion dans le cadre de situations commerciales : Les coûts, les soldes intermédiaires de gestion, TVA - Comprendre la situation patrimoniale de l'entreprise en étudiant l'ensemble des éléments qui la composent 		
Compétences cibles	<p>Maitriser le vocabulaire de base en comptabilité de gestion Maitriser les calculs de coûts et analyser les résultats Comprendre les mécanismes de la TVA Lire et interpréter les documents de synthèse : Bilan, Compte de résultat</p>		
Contenu	<ul style="list-style-type: none"> - établir le Tableau des soldes intermédiaires de gestion à partir d'une situation - l'impact de la TVA sur l'activité de l'entreprise : le mécanisme, les différents taux, le calcul de la TVA - analyser la situation patrimoniale de l'entreprise : le bilan - analyser l'activité de l'entreprise : compte de résultat 		
Approche pédagogique			
Contrôle des connaissances	TD et devoir surveillé		
Bibliographie	<p>Ouvrages :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comptabilité de gestion, DUT/licence, Nathan Edition 2019 - Maitriser de coût pour une bonne gestion, Gualino lextenso éditions - processus 2 et 3 BTS comptabilité, Nathan Edition 2021 		

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle		
Mention			
Parcours	Commercialisation de Produits et Services Industriels		
Titre du cours	Marketing achat et sourcing fournisseur		
	Langue	Heures	Semestre
	Fr	15	5 (1 ^{er} de l'année)
Nom de l'enseignant	M. Lucas Maere		
Objectifs du cours	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprendre le rôle stratégique du marketing dans le processus d'achat et de sourcing fournisseur dans le contexte industriel. 2. Comprendre les principes fondamentaux de la gestion des achats industriels, y compris la gestion des stocks, la logistique et les coûts d'approvisionnement. 3. Analyser les besoins des entreprises industrielles en termes de produits et services pour identifier les opportunités de développement commercial. 4. Maîtriser les concepts de négociation commerciale afin de garantir des accords avantageux avec les fournisseurs. 5. Développer des compétences en matière de gestion de la relation fournisseur pour maintenir des partenariats solides et durables. 6. Évaluer les différentes stratégies de marketing achat pour optimiser les processus d'approvisionnement et maximiser la rentabilité. 7. Acquérir des compétences en analyse des performances d'achat et en évaluation des fournisseurs pour garantir la qualité et l'efficacité des produits et services. 8. Appliquer les connaissances théoriques à des études de cas pratiques pour résoudre des problèmes réels liés au marketing achat et au sourcing fournisseur. 		
Compétences cibles	<ol style="list-style-type: none"> 1. Décliner les orientations stratégiques et identifier la valeur apportée par les Achats. 2. Formuler une stratégie d'achat et savoir se situer dans une stratégie globale d'entreprise : fixer des objectifs, définir les moyens, coordonner ou participer à la mise en œuvre. 3. Choisir et déployer les démarches et outils de la gestion de la qualité en rapport avec les fournisseurs et les partenaires externes de l'entreprise (définir les indicateurs qualité, respecter les normes, élaborer une démarche d'audit, conduire des démarches de certification, etc.). 4. Piloter la relation avec le fournisseur de manière appropriée. 		

Contenu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Les fondamentaux de la fonction achat 2. Introduction au commerce international 3. Sourcing marchés et fournisseurs 4. Négociation 5. Qualité 6. Politique et Marketing des achats 7. Budget et gestion des stocks 8. Douane, Transport et paiement internationaux
Approche pédagogique	Exposé interactif, étude de cas & travail d'équipe
Contrôle des connaissances	QCM et étude de cas à réaliser
Bibliographie	<p>La boîte à outil de l'acheteur 3ème édition, de Stéphane Canonne et Philippe Petit</p> <p>Comment réussir une négociation: Nouvelle édition suivie des réponses aux questions des lecteurs Broché – de Roger Fisher et William Ury</p> <p>Marketing achats stratégies et tactiques , de Roger Perrotin</p> <p>A Practical Guide to E-Auctions for Procurement: How to Maximize Impact with e-Sourcing and e-Negotiation de Jacob Gorm Larsen</p>

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et Services Industriels		
Mention			
Parcours			
Titre du cours	Achats industriels et RSE		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	20 h	Semestre 1
Nom de l'enseignant	Eliane Pencher Boilet		
Objectifs du cours	Appréhender la notion d'achat à travers la recherche et la sélection des produits et des fournisseur dans un environnement en intégrant la notion Responsabilité Sociétale et Environnementale à chaque étape		
Compétences cibles	Maîtriser l'environnement de l'entreprise (produits et marché) Intégrer les besoins des services concernés (quantité et qualités) Proposer et sélectionner les fournisseurs (cahier des charges) Formuler des actions concrètes pour réaliser des achats responsables		
Contenu	Le concept de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise est à l'origine des 'Achats Durables' (les normes, les certifications) La stratégie des achats ((entreprises/fournisseurs/périmètre des achats) Le process achat et approvisionnement (différentes stratégies : prix -volume...) Les outils (appel d'offres,- veille concurrentielle)		
Approche pédagogique	Cours en présentiel avec power point et exercices		
Contrôle des connaissances	Etude de cas finale		
Bibliographie	J'achète - I buy Philippe BOYER/Dalila ASLOUN/Olivier GALLET/José JEANNE ROSE		

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et Services Industriels		
Mention	/		
Parcours	Etudes supérieures		
Titre du cours	Développement des compétences relationnelles		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	12	5
Nom de l'enseignant	MORVAN		
Objectifs du cours	<p>Transmettre des techniques et des concepts Développer ses compétences relationnelles S'adapter aux cibles Intégrer les concepts de coopération Evaluer les ajustements relationnels</p>		
Compétences cibles	<p>Diagnostiquer les origines de ses succès Gérer les situations relationnelles compliquées</p> <p>Développement personnel pour une meilleure administration des relations interpersonnelles, de groupe</p>		
Contenu	<p>Analyse transactionnelle PNL Insight MBTI Ecoute active Outils de gestion des équipes Karpman Courant évolutionniste</p>		
Approche pédagogique	Interactive, application, mise en situation		
Contrôle des connaissances	<p>Feed back Evaluation à chaque fin de séance Evaluation sommative en fin de module</p>		
Bibliographie	<p>Paul Ricoeur Discours et communication P. WATZLAWICK J. HELMICK B. Don D. JACKSON une logique de communication Gilles AMADO André GUITTET Dynamique des communications dans les groupes Les Bases de la communication Humaine MYERS</p>		

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et Services Industriels		
Mention			
Parcours			
Titre du cours	Management de la qualité		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	15 h	S1
Nom de l'enseignant	COSTIN Marcella		
Objectifs du cours	L'objectif principal de ces cours est de familiariser les étudiants avec les concepts essentiels du management de la qualité et d'acquérir des outils de la démarche d'amélioration continue de la qualité.		
Compétences cibles	<p>À l'issue du cours, les étudiants se seront appropriés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Connaître la démarche qualité dans l'entreprise ; - Disposer d'une culture qualité ; - Réaliser un diagnostic et maîtriser les méthodes et les outils d'amélioration continue de la qualité - La méthodologie d'élaboration des questionnaires de satisfaction client ; - La méthodologie de mise en place d'un projet de communication sur la démarche qualité. - Rédiger un rapport d'analyse et de recommandations, le présenter et le défendre à l'oral 		
Contenu	<ul style="list-style-type: none"> • Le Management de la qualité et les enjeux ; • La Démarche qualité dans l'entreprise : quatre étapes de la démarche ; • La Méthodologie les principaux outils et la résolution des dysfonctionnements ; • Mise en application des outils - cas pratiques 		
Approche pédagogique	<p>La méthodologie pédagogique de la formation se structure en deux parties :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Le cours théorique est composé d'environ 40% du temps accordé au cours, dont l'objectif est de présenter le cadre analytique général de la démarche de la démarche qualité. 2. 60% du temps est réservé à l'étude de cas ayant un caractère illustratif, permettant aux étudiants de se familiariser et assimiler les outils pratiques de la démarche qualité. 		
Contrôle des connaissances	Étude de cas. Il s'agit d'analyser un cas pratique en utilisant la méthodologie et l'application des outils de la démarche qualité.		
Bibliographie	<p>CANARD F. (2012), Managent de la qualité vers un management durable, Dunond, BOERI D. (2005), Maîtriser la qualité : Tout sur la certification et la qualité totale - les nouvelles normes ISO 9001, Edition Maxima FAUCHER S. (2006), Système intégré de management : Qualité Sécurité Environnement, Broché, AFNOR WEILL M. (2001), le management de la qualité, Edition La Découverte, Coll. Repères AFCERQ, Livre blanc des facilitateurs, coll. « Cahiers techniques », Paris, 1984. AFCIQ, PME-PMI : la démarche qualité, coll. « Guides de l'utilisateur », AFNOR, Paris, 1987, 112 p. AFNOR, Gérer et assurer la qualité, coll. « Recueil de normes », Paris, Juran Dr. J.M., Gestion de la qualité, coll. « AFNOR Gestion », Paris, 1983, 517 p.</p>		

Lyonnet Patrick, Les outils de la qualité totale, Technique et Documentation, Paris, 1987

Périgord Michel, Réussir la qualité totale, Éditions d'Organisation, Paris, 1987

Vandeville Pierre, La gestion et le contrôle de la qualité, coll. « AFNOR Gestion », Paris, 1984

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle		
Mention			
Parcours	Commercialisation de Produits et Services Industriels		
Titre du cours	Marketing achat et sourcing fournisseur		
	Langue	Heures	Semestre
	Fr	15	5 (1 ^{er} de l'année)
Nom de l'enseignant	M. Lucas Maere		
Objectifs du cours	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprendre le rôle stratégique du marketing dans le processus d'achat et de sourcing fournisseur dans le contexte industriel. 2. Comprendre les principes fondamentaux de la gestion des achats industriels, y compris la gestion des stocks, la logistique et les coûts d'approvisionnement. 3. Analyser les besoins des entreprises industrielles en termes de produits et services pour identifier les opportunités de développement commercial. 4. Maîtriser les concepts de négociation commerciale afin de garantir des accords avantageux avec les fournisseurs. 5. Développer des compétences en matière de gestion de la relation fournisseur pour maintenir des partenariats solides et durables. 6. Évaluer les différentes stratégies de marketing achat pour optimiser les processus d'approvisionnement et maximiser la rentabilité. 7. Acquérir des compétences en analyse des performances d'achat et en évaluation des fournisseurs pour garantir la qualité et l'efficacité des produits et services. 8. Appliquer les connaissances théoriques à des études de cas pratiques pour résoudre des problèmes réels liés au marketing achat et au sourcing fournisseur. 		
Compétences cibles	<ol style="list-style-type: none"> 1. Décliner les orientations stratégiques et identifier la valeur apportée par les Achats. 2. Formuler une stratégie d'achat et savoir se situer dans une stratégie globale d'entreprise : fixer des objectifs, définir les moyens, coordonner ou participer à la mise en œuvre. 3. Choisir et déployer les démarches et outils de la gestion de la qualité en rapport avec les fournisseurs et les partenaires externes de l'entreprise (définir les indicateurs qualité, respecter les normes, élaborer une démarche d'audit, conduire des démarches de certification, etc.). 4. Piloter la relation avec le fournisseur de manière appropriée. 		

Contenu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Les fondamentaux de la fonction achat 2. Introduction au commerce international 3. Sourcing marchés et fournisseurs 4. Négociation 5. Qualité 6. Politique et Marketing des achats 7. Budget et gestion des stocks 8. Douane, Transport et paiement internationaux
Approche pédagogique	Exposé interactif, étude de cas & travail d'équipe
Contrôle des connaissances	QCM et étude de cas à réaliser
Bibliographie	<p>La boîte à outil de l'acheteur 3ème édition, de Stéphane Canonne et Philippe Petit</p> <p>Comment réussir une négociation: Nouvelle édition suivie des réponses aux questions des lecteurs Broché – de Roger Fisher et William Ury</p> <p>Marketing achats stratégies et tactiques , de Roger Perrotin</p> <p>A Practical Guide to E-Auctions for Procurement: How to Maximize Impact with e-Sourcing and e-Negotiation de Jacob Gorm Larsen</p>

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et Services Industriels		
Mention			
Parcours			
Titre du cours	Négociation Achat		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	15	1
Nom de l'enseignant			
Objectifs du cours	<ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser le mécanisme de la négociation et les techniques fondamentales ; - Comprendre et utiliser les fondamentaux des négociations d'affaires, afin de conduire avec méthode et succès les négociations rendues complexes, en raison de la multiplicité des paramètres à négocier, du nombre croissant des protagonistes impliqués dans la décision et la mise en œuvre des contrats, et des conséquences importantes en cas de désaccord pour l'une ou l'autre des parties prenantes ; - Identifier son positionnement personnel dans une situation conflictuelle ; - Connaître les clefs pour désamorcer l'agressivité et rétablir l'esprit de collaboration. 		
Compétences cibles	<ul style="list-style-type: none"> - Installer lors de la prise de contact un climat collaboratif avec son interlocuteur ; - Mener une découverte efficace en utilisant un questionnement adapté dans une logique conversationnelle et une qualité d'écoute tournée vers son interlocuteur pour cerner les besoins implicites et explicites de son client/prospect et ses motivations personnelles ; - Construire une argumentation personnalisée en exploitant les éléments recueillis lors de la phase de découverte pour présenter les arguments de son (ses) produit(s)/service(s) en bénéfiques pour son client/prospect et recueillir son adhésion ; - Préparer et conduire une négociation d'affaires complexes ; - Mettre en œuvre les outils de négociation, et d'action incluant : l'ouverture des négociations, les jeux de concession contrepartie, l'argumentation et les tactiques coopérative et compétitives ; - Proposer une conclusion logique, résultat de la qualité des phases précédentes, pour accompagner son client/prospect vers la formulation d'un accord commercial ; - Les mécanismes de la tension en négociation : identifier les raisons et le mécanisme de l'escalade. 		

Contenu	<p>Le mécanisme de la négociation commerciale</p> <p>Les étapes de la négociation</p> <p>Spécificité de la vente de services</p> <p>La vente complexe : ses enjeux et ses caractéristiques</p> <p>Les clefs du succès</p>
Approche pédagogique	<p>Alternance exposé théorique/mise en situation</p> <p>Débriefing en groupe des épreuves de simulation</p>
Contrôle des connaissances	<p>Contrôle continu à l'occasion des nombreux sketches</p> <p>Epreuve finale</p>
Bibliographie	<ul style="list-style-type: none"> - Les Techniques de la vente - René Moulinier - Ed. d'Organisation 2009 (350 p) - Faire signer ses clients : le closing - Pascal Py - Eyrolles, 2012 (263 p.) - Les Techniques de vente qui font vendre - Marc Corcos - Dunod, 2008 (239 p.) - Je vends avec succès : prospection, présentation, négociation, argumentation, conclusion de vente... – Michel Baudier Éditeur : Maxima, 2007 (253 p.) - La vente complexe – Laurent Dugas – Ed. Dunod – 2015 - « Vendre aux clients difficiles » - Nicolas Caron. ANDERSON, Kare (1994). <i>J'y tiens, je l'obtiens. L'art de négocier sans perdant. 100 modèles appliqués.</i> Marabout, Alleur. - W. Ury. <i>Comment négocier avec les gens difficiles. De l'affrontement à la coopération.</i> Edition du Seuil - 2006. - FISHER, Roger et URY William avec PATTON Bruce (2006) <i>Comment réussir une négociation.</i> Editions du Seuil, Paris. - GHAZAL, Michel et HALIFA, Yves (1992). <i>Circulez y a rien à...négocier! Radioscopie d'un conflit.</i> Editions du Seuil, Paris. - DELIVRE, François (2005). <i>Le pouvoir de négocier. S'affronter sans violence : l'espace gagnant-gagnant en négociation.</i> Dunod-InterEditions, Paris. - MERY Marwan - <i>Manuel de négociation complexe : Menaces, mensonges, insultes... méthodes et techniques pour faire face à toute situation</i> - FISHER Roger et BROWN Scott - <i>D'une bonne relation à une négociation réussie</i> – 2006

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et Services Industriels		
Mention	/		
Parcours	Alternance Etudes supérieures		
Titre du cours	Pilotage Activités Achats		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	15	2
Nom de l'enseignant	MORVAN		
Objectifs du cours	<p>Piloter des activités d'achats Sélectionner les fournisseurs en adéquation avec le besoin de l'entreprise Rechercher les informations Maîtriser les critères de sélection</p>		
Compétences cibles	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser des documents, un cahier des charges, les synthétiser pour répondre à un appel d'offres - Analyser une documentation technique notamment en anglais - Comprendre un devis, comparer des propositions commerciales, - suivre un dossier commercial - établir et développer une relation commerciale 		
Contenu	<p>Critères de sélection Méthode de comparaison Outils (collecte, suivis, ...)</p>		
Approche pédagogique	Interactive, application, mise en situation		
Contrôle des connaissances	<p>Feed back Evaluation à chaque fin de séance Evaluation sommative en fin de module</p>		
Bibliographie	<p>Toute la fonction achat DUNOT Philippe PETIT Le Marketing Achat Stratégies et Tactiques EYROLLES Roger PERROTIN</p>		

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et Services Industriels		
Mention			
Parcours			
Titre du cours	Techniques Commerce International		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	15	2
Nom de l'enseignant			
Objectifs du cours	Compréhension des transactions internationales Utiliser les différents éléments du contrat pour la négociation (Incoterms)		
Compétences cibles	Analyser la situation du commerce international Comprendre les enjeux des transactions internationales avec les différentes contraintes Négociation des incoterms		
Contenu	<ul style="list-style-type: none"> - Economie internationale - La Mondialisation Économique : le commerce international, les investissements directs étrangers dont les investissements de portefeuille, la spécialisation internationale et la compétitivité, mondialisation culturelle - Les crises internationales - Incoterms 		
Approche pédagogique	Alternance exposé théorique/mise en situation (jeu pédagogique)		
Contrôle des connaissances	Contrôle continu : évaluation pour chaque partie (contrôle, défi pour les incoterms)		
Bibliographie	<ul style="list-style-type: none"> - Economie Internationale : commerce et macroéconomie, B. Guillochon, A. Kaweck, B. Venet, Dunod, - Incoterms'2020 et enjeux commerciaux : les fondamentaux, B. Decour, P. Di Felice, Génie des Glaciers, 2020 - Exporter_Pratique du commerce international, SupFoucher, 2020 Sites : OCDE, Banque de France, OMC		

Composante	IUT de Mantes en Yvelines		
Niveau d'étude	Licence Professionnelle Commercialisation des Produits et Services Industriels		
Mention			
Parcours			
Titre du cours	Techniques d'expression et communication professionnelle		
	Langue	Heures	Semestre
	Français	14h	1
Nom de l'enseignant	Béatrice GENOUX		
Objectifs du cours	-appréhender les différents enjeux de la communication professionnelle à l'écrit et à l'oral (à qui ? quoi ? comment ?)		
Compétences cibles	<ul style="list-style-type: none"> - Ecoute - Synthèse - Argumentation 		
Contenu	<p>-communication non verbale : langage du corps - territoires de communication et zones d'interaction</p> <p>-pratique de l'écoute active</p> <p>-la mise en scène des informations à « vendre » (le story telling)</p> <p>-l'argumentation / la recherche de position commune en groupe</p> <p>-rappel des codes professionnels de l'écrit</p>		
Approche pédagogique	Kinesthésique / exercices pratiques d'application pour faire émerger ou mettre en application des fondamentaux de la communication		
Contrôle des connaissances	2 évaluations (3eme et 4ème séquence : une écrite et une écrite + valorisation des interventions orales et contributions au travail de groupe)		
Bibliographie	<ul style="list-style-type: none"> - Les 5 conférences TED indispensables aux communicants - 40 exercices de communication – Grantham – Martel – Editions Chronique sociale - La communication non verbale - Barnier - Editions ESF - Votre parole vaut de l'or » - Blanckaert - Editions Plon - Article du Monde « Enquête - Pétain de correcteur » - 10/09/2022 sur les ratés de la correction automatique des SMS 		