

Parcours Stratégie de marque et évènementiel – SME - 2^{ème} année

Domaines pour les missions des stages des étudiants de 2^{ème} année :

- Dans le secteur marchand : en B to B, en B to C, en C to C
- Dans le secteur non marchand : collectivités et institutions
- Dans le secteur de l'ESS : coopératives et associations

Communication	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> communication print (affiche, dépliant....)<input type="checkbox"/> communication audio et/ou vidéo<input type="checkbox"/> communication web, SEO et content marketing<input type="checkbox"/> community management (réseaux sociaux)<input type="checkbox"/> audit de communication<input type="checkbox"/> stratégie de marque (identité, valeurs, logo, brandbook)<input type="checkbox"/> création et gestion de campagne d'emailing<input type="checkbox"/> création des newsletters<input type="checkbox"/> création et gestion de plans de communication
Evènementiel	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> concevoir un projet évènementiel (Choix et évaluation des prestataires et du lieu, Segmentation, ciblage et positionnement dans le cadre d'un événement)<input type="checkbox"/> planification et budget<input type="checkbox"/> logistique<input type="checkbox"/> mesurer l'impact de l'évènement<input type="checkbox"/> suivi des relations presse
Etudes marketing	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> étude de marché (documentaire, qualitative et quantitative)<input type="checkbox"/> étude de concurrence<input type="checkbox"/> benchmarking<input type="checkbox"/> étude de clientèle, de zone de chalandise, géomarketing<input type="checkbox"/> stratégie marketing<input type="checkbox"/> mix marketing<input type="checkbox"/> création de business plans

Missions annexes pouvant être effectuées	
Gestion relation client	<input type="checkbox"/> création et mise à jour de fichier clients <input type="checkbox"/> enquête de satisfaction <input type="checkbox"/> fidélisation : mise en place d'actions ou d'un programme <input type="checkbox"/> Création et gestion de la base de données clients
Commercial	<input type="checkbox"/> négociation <input type="checkbox"/> vente-conseil <input type="checkbox"/> achat <input type="checkbox"/> rentabilité (ROI) d'une ou d'actions commerciales <input type="checkbox"/> e-commerce, inbound marketing <input type="checkbox"/> Prospection
Animation et gestion du(de)s point(s) de vente	<input type="checkbox"/> merchandising <input type="checkbox"/> animation et stimulation de réseaux de distribution (FDV, canaux de distribution...)

Liste non exhaustive des champs de compétences développées en BUT TC.

Compétences transversales comme l'anglais, le droit commercial, les compétences relationnelles, l'expression, la comptabilité et la gestion.

Parcours Business développement et management de la relation client – BDMRC – 2^{ème} année

Domaines pour les missions des stages des étudiants de 2^{ème} année :

- Dans le secteur marchand : en B to B, en B to C, en C to C
- Dans le secteur non marchand : collectivités et institutions
- Dans le secteur de l'ESS : coopératives et associations

Commercial	<input type="checkbox"/> prospection <input type="checkbox"/> négociation <input type="checkbox"/> vente-conseil <input type="checkbox"/> achat <input type="checkbox"/> rentabilité (ROI) d'une ou d'actions commerciales <input type="checkbox"/> e-commerce, inbound marketing
Gestion relation client	<input type="checkbox"/> création et mise à jour de fichier clients, <input type="checkbox"/> enquête de satisfaction <input type="checkbox"/> fidélisation : mise en place d'actions ou d'un programme
Animation et gestion du(de)s point(s) de vente	<input type="checkbox"/> merchandising <input type="checkbox"/> animation et stimulation de réseaux de distribution (FDV, canaux de distribution...)
Etudes marketing	<input type="checkbox"/> étude de marché <input type="checkbox"/> étude de concurrence <input type="checkbox"/> benchmarking <input type="checkbox"/> étude de clientèle, de zone de chalandise, géomarketing <input type="checkbox"/> enquête qualitative et quantitative <input type="checkbox"/> stratégie marketing, mix marketing
Missions annexes pouvant être effectuées	
Communication	<input type="checkbox"/> communication événementielle <input type="checkbox"/> communication print (affiche, dépliant...) <input type="checkbox"/> communication web, SEO content marketing et community management <input type="checkbox"/> plan de communication

Liste non exhaustive des champs de compétences développées en BUT TC.

Compétences transversales comme l'anglais, le droit commercial, les compétences relationnelles, l'expression, la comptabilité et la gestion.