

NOSCHOOL

# PROGRAMME DE FORMATION

**BTS**

**MANAGEMENT**

**COMMERCIAL**

**OPERATIONNEL**

2026

# 1. PRESENTATION BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPERATIONNEL

## PRÉSENTATION DU BTS MANAGEMENT COMMERCIAL OPÉRATIONNEL (MCO)

### **Description :**

Le BTS Management Commercial Opérationnel (MCO) forme des professionnels capables de prendre la responsabilité opérationnelle de tout ou partie d'une unité commerciale, qu'elle soit physique ou digitale (point de vente, site e-commerce, espace de services, etc.).

Les diplômé·e·s assurent la gestion globale de la relation client dans une logique omnicanale, participent à l'animation et à la dynamisation de l'offre de produits et de services, pilotent la gestion courante de l'activité commerciale et contribuent au management d'une équipe.

Ils/elles évoluent dans un environnement commercial fortement digitalisé et mettent en œuvre la politique commerciale définie par l'enseigne ou le réseau.

### **PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS**

#### **Public visé :**

- Bachelier·ère·s (général, technologique ou professionnel) ou titulaires d'un diplôme de niveau 4 souhaitant s'orienter vers les métiers du commerce, de la distribution et de la relation client.
- Salarié·e·s ou personnes en reconversion professionnelle dans les domaines du commerce, du marketing ou de la vente.

**Niveau requis :**  
Baccalauréat validé ou diplôme équivalent de niveau 4.

**Prérequis :**

- Intérêt pour le commerce, la vente, la relation client et l'animation d'équipe.
- Appétence pour les outils numériques, l'e-commerce et les pratiques omnicanales.

**Accessibilité :**  
Formation accessible aux personnes en situation de handicap, avec possibilité d'aménagements pédagogiques et d'évaluation.

**Admission :**

- Étude du dossier de candidature (Parcoursup ou autre dispositif).
- Entretien de motivation.

## **2. OBJECTIFS DE LA FORMATION**

### **OBJECTIFS DE LA FORMATION**

La formation BTS Management Commercial Opérationnel a pour objectifs de permettre aux apprenant·e·s de :

- Développer et entretenir la relation client à travers la veille et l'analyse de l'information commerciale, la vente-conseil, la fidélisation et le suivi de la satisfaction client dans un contexte omnicanal.
- Animer et dynamiser l'offre commerciale en concevant un assortiment adapté, en mettant en œuvre des actions de merchandising, d'animation et de promotion, et en participant à la communication interne et externe de l'unité commerciale.
- Assurer la gestion opérationnelle de l'unité commerciale : gestion des approvisionnements et des stocks, budgétisation, suivi des performances commerciales et financières, gestion des risques liés à l'activité.
- Manager une équipe commerciale en organisant le travail, en participant au recrutement et à l'intégration des collaborateurs, en animant, motivant et évaluant les performances individuelles et collectives.
- S'insérer professionnellement dans les secteurs de la distribution, de la vente et de la relation client, avec des perspectives d'évolution vers la gestion, l'animation ou la reprise/création d'une unité commerciale.

### **3. PROGRAMME PÉDAGOGIQUE**

## **BLOC DE COMPÉTENCES 1 : Développer la relation client et assurer la vente-conseil**

### **Matières :**

- Veille informationnelle : recherche, analyse et exploitation des informations commerciales et concurrentielles.
  - Études commerciales : méthodes d'enquête, outils de collecte et d'analyse des données clients.
  - Vente-conseil : découverte des besoins, argumentation, négociation et conclusion de la vente dans un contexte omnicanal (physique et digital).
  - Fidélisation et suivi de la relation client : mesure de la satisfaction, exploitation du capital client, utilisation d'outils CRM.
- 

## **BLOC DE COMPÉTENCES 2 : Animer et dynamiser l'offre commerciale**

### **Matières :**

- Élaboration et adaptation de l'offre : définition de l'assortiment, gestion des gammes, services associés et positionnement de l'offre au niveau local.
- Merchandising et agencement de l'espace commercial : attractivité, fonctionnalité, respect du concept et des normes de l'enseigne.
- Animations et promotions commerciales : conception, organisation et évaluation des actions commerciales.
- Communication commerciale : utilisation des supports de communication online et offline (PLV, supports imprimés, réseaux sociaux), gestion de l'image et de l'e-réputation.

## **BLOC DE COMPÉTENCES 3 : Assurer la gestion opérationnelle de l'unité commerciale**

### **Matières :**

- Gestion des approvisionnements et des stocks : suivi des flux, rotation des produits, méthodes d'inventaire.
- Gestion de la trésorerie et suivi des règlements clients et fournisseurs.
- Budgets et prévisions : fixation des objectifs commerciaux, analyse de la performance, élaboration de tableaux de bord.
- Gestion des risques : prévention et traitement des incidents de paiement, gestion des conflits et des situations de crise.

## **BLOC DE COMPÉTENCES 4 : Manager l'équipe commerciale**

### **Matières :**

- Organisation du travail : répartition des tâches, élaboration des plannings, utilisation d'outils numériques de coordination.
- Recrutement et intégration : identification des besoins en personnel, conduite des entretiens, accompagnement des nouveaux collaborateurs.
- Animation et motivation de l'équipe : réunions d'équipe, entretiens individuels, management participatif, gestion des conflits.
- Évaluation des performances : suivi des résultats individuels et collectifs, tableaux de bord RH, construction de plans de formation et d'amélioration continue.

## **MATIÈRES GÉNÉRALES**

- Culture générale et expression (U1).
- Langue vivante étrangère (U21 et U22) : niveau B2 visé, expression écrite et orale, compréhension de documents professionnels.
- Culture économique, juridique et managériale (CEJM - U3) : environnement économique, droit commercial, principes de management et fonctionnement des organisations.

## **4. ÉVALUATION ET VALIDATION DES ACQUIS**

### **ÉVALUATION ET VALIDATION DES ACQUIS**

#### **Contrôle continu et examens :**

- **Contrôles réguliers** : devoirs surveillés, études de cas, QCM et mises en situation professionnelles tout au long de la formation.
- **Examens blancs** : simulations d'épreuves écrites et orales (vente-conseil, animation commerciale, gestion opérationnelle, etc.) afin de préparer les candidat·e·s aux modalités de l'examen final.

#### **Épreuves professionnelles (blocs de compétences) :**

- **E41 - Développement de la relation client et vente-conseil** : épreuve orale.
- **E42 - Animation et dynamisation de l'offre commerciale** : épreuve orale.
- **E5 - Gestion opérationnelle de l'unité commerciale** : épreuve écrite.
- **E6 - Management de l'équipe commerciale** : épreuve écrite ou en contrôle en cours de formation (CCF), selon les modalités de l'établissement.

#### **Épreuves de matières générales :**

- **U1 - Culture générale et expression** : épreuve écrite.
- **U21 / U22 - Langue vivante étrangère** : épreuves écrite et orale.
- **U3 - Culture économique, juridique et managériale (CEJM)** : épreuve écrite.

### **MODALITÉS D'OBTENTION DU DIPLÔME**

- Obtention d'une **moyenne générale égale ou supérieure à 10/20** sur l'ensemble des unités professionnelles et générales.
- **Validation obligatoire de la période en entreprise**, réalisée sous forme de stage ou d'alternance.

## **5. STAGE ET ALTERNANCE**

- **STAGE EN ENTREPRISE** : Durée : 14 à 16 semaines sur les 2 ans, dont 4 semaines consécutives en fin de 1ère année.
- **ALTERNANCE** : Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.
- **MISSIONS CONFIEES EN ENTREPRISE** : développement et fidélisation du portefeuille client, agencement et merchandising, animations commerciales, management opérationnel.

## **6. DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES**

### **DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES**

**Métiers accessibles après le BTS Management Commercial Opérationnel (MCO) :**

- **Conseiller·ère de vente et de services**
- **Chargé·e de clientèle**
- **Vendeur·se conseil**
- **Chef·fe de rayon**
- **Manager d'une unité commerciale**
- **Responsable e-commerce ou responsable drive**
- **Adjoint·e au/à la directeur·rice de magasin**

- Merchandiseur
- Responsable de secteur

#### **Poursuites d'études possibles :**

- Licence professionnelle (commerce, marketing, management des unités commerciales, distribution, etc.)
- Bachelor (marketing, e-commerce, management, commerce)
- Écoles de commerce (admissions parallèles)
- Création ou reprise d'entreprise (entrepreneuriat)

## **7. MODALITÉS PRATIQUES**

**LIEU DE FORMATION :** NOSCHOOL

**DURÉE DE LA FORMATION :** 2 ans (environ 1 200 heures de cours) + 14 à 16 semaines de stage ou alternance.

**RYTHME :**

Formation initiale : 30 h/semaine + périodes de stage.

Alternance : 2 jours au centre de formation / 3 jours en entreprise

**TARIF :** Variable selon le statut (initial ou alternance)

94 QUAI DE BACALAN - 33300 BORDEAUX

[www.noschool.fr](http://www.noschool.fr) / 05 56 49 41 33



**NOSCHOOL**