

*Répertoire national des certifications professionnelles***BUT - Techniques de Commercialisation : marketing et management du point de vente****Active**

N° de fiche

RNCP35356**Nomenclature du niveau de qualification** : Niveau 6**Code(s) NSF :**

- 312 : Commerce, vente
- 312n : Etudes de marchés et projets commerciaux
- 312p : Gestion des échanges commerciaux

Formacode(s) :

- 34566 : vente distribution
- 34554 : commerce
- 34588 : gestion point vente
- 34597 : merchandisage
- 34052 : marketing

Date d'échéance de l'enregistrement : 31-08-2026**CERTIFICATEUR(S)**

Nom légal	Nom commercial	Site internet
Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation	-	-
UNIVERSITE DE BRETAGNE SUD	I.U.T de Vannes	https://www.iutvannes.fr/ (https://www.iutvannes.fr/)
UNIVERSITE DE LORRAINE	I.U.T Nancy-Charlemagne	https://iut-charlemagne.univ-lorraine.fr/ (https://iut-charlemagne.univ-lorraine.fr/)
UNIVERSITE DE LORRAINE	I.U.T de Metz	http://iut-metz.univ-lor Gestion des services

		(http://iut-metz.univ-lorraine.fr/)
UNIVERSITE DE PARIS	I.U.T de Paris Descartes	https://www.iut.parisdescartes.fr/ (https://www.iut.parisdescartes.fr/)
UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE	I.U.T de l'Oise	https://iut-oise.u-picardie.fr/ (https://iut-oise.u-picardie.fr/)
UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE	IUT d'Amiens	https://www.iut-amiens.fr/ (https://www.iut-amiens.fr/)
UNIVERSITE DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE	Iut De Troyes	https://www.iut-troyes.univ-reims.fr/ (https://www.iut-troyes.univ-reims.fr/)
UNIVERSITE DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE	I.U.T de Reims	https://www.iut-rcc.fr/ (https://www.iut-rcc.fr/)
UNIVERSITE DE RENNES I	I.U.T de Saint-Brieuc	https://iut-stbrieuc.univ-rennes1.fr (https://iut-stbrieuc.univ-rennes1.fr)
UNIVERSITE D EVRY VAL D ESSONNE	I.U.T. d'Evry Val d'Essonne	http://www.iut-evry.fr/ (http://www.iut-evry.fr/)
UNIVERSITE JEAN MONNET SAINT ETIENNE	I.U.T de Saint-Etienne	https://www.iut.univ-st-etienne.fr (https://www.iut.univ-st-etienne.fr)
UNIVERSITE PARIS EST CRETEIL VAL DE MARNE	I.U.T de Sénart/Fontainebleau	https://www.iutsf.u-pec.fr/ (https://www.iutsf.u-pec.fr/)
UNIVERSITE PARIS-SACLAY	IUT de Sceaux	https://www.iut-sceaux.universite-paris-saclay.fr/ (https://www.iut-sceaux.universite-paris-saclay.fr/)
UNIVERSI AVIGNON ET DES PAYS DE VAUCLU	I.U.T. d'Avignon	https://iut.univ-avignon.fr/ (https://iut.univ-avignon.fr/)
UNIVERSITE D ARTOIS	I.U.T. de Lens	http://www.iut-lens.univ-artois.fr/ (http://www.iut-lens.univ-artois.fr/)
UNIVERSITE DE CORSE P PAOLI	I.U.T de Corte	https://iut.universita.corsica/ (https://iut.universita.corsica/)
UNIVERSITE DE LA REUNION	I.U.T de la Réunion	https://iut.univ-reunion.fr/ (https://iut.univ-reunion.fr/)
UNIVERSITE DE LIMOGES	I.U.T du Limousin	https://www.iut.unilim.fr/ (https://www.iut.unilim.fr/)
UNIVERSITE DE LORRAINE	I.U.T de Metz	http://iut-metz.univ-lor

		(http://iut-metz.univ-lorraine.fr/)
UNIVERSITE DE NANTES	I.U.T. Saint-Nazaire	https://iut-sn.univ-nantes.fr/ (https://iut-sn.univ-nantes.fr/)
UNIVERSITE DE PERPIGNAN VIA DOMITIA	I.U.T de Perpignan	https://iut.univ-perp.fr/ (https://iut.univ-perp.fr/)
UNIVERSITE DE TOULON	I.U.T de Toulon	https://iut.univ-tln.fr/ (https://iut.univ-tln.fr/)
UNIVERSITE VERSAILLES ST QUENTIN YVELINE	I.U.T. de Mantes en Yvelines	https://www.iut-mantes.uvsq.fr/ (https://www.iut-mantes.uvsq.fr/)
UNIVERSITE DES ANTILLES	I.U.T de la Martinique	http://www.univ-antilles.fr/ (http://www.univ-antilles.fr/)
UNIVERSITE D'EVRY VAL D ESSONNE	I.U.T. d'Evry Val d'Essonne	http://www.iut-evry.fr/ (http://www.iut-evry.fr/)
UNIVERSITE DU LITTORAL COTE D'OPALE	IUT LITTORAL	http://www.iut.univ-littoral.fr/ (http://www.iut.univ-littoral.fr/)
UNIVERSITE LE HAVRE NORMANDIE	I.U.T Le Havre	https://www-iut.univ-lehavre.fr/ (https://www-iut.univ-lehavre.fr/)
UNIVERSITE PARIS EST CRETEIL VAL DE MARNE	I.U.T. de Créteil-Vitry	https://iut.u-pec.fr/ (https://iut.u-pec.fr/)
UNIVERSITE DE ROUEN NORMANDIE	I.U.T de Rouen	http://iutrouen.univ-rouen.fr/ (http://iutrouen.univ-rouen.fr/)
UNIVERSITE MONTPELLIER III PAUL VALERY	I.U.T de Toulouse	https://iut.univ-tlse3.fr/ (https://iut.univ-tlse3.fr/)
UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE	I.U.T d'Allier (Montluçon, Moulins, Vichy)	https://iut.uca.fr/ (https://iut.uca.fr/)
UNIVERSITE DE CAEN NORMANDIE	IUT GRAND OUEST NORMANDIE	http://iut-grand-ouest-normandie.unicaen.fr/ (http://iut-grand-ouest-normandie.unicaen.fr/)
UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE	I.U.T de l'Oise	https://iut-oise.u-picardie.fr/ (https://iut-oise.u-picardie.fr/)
UNIVERSITE DE PARIS	I.U.T de Paris Descartes	https://www.iut.parisdescartes.fr/ (https://www.iut.parisdescartes.fr/)
UNIVERSITE D'AIX	IUT Aix-Marseille	https://iut.univ-am

MARSEILLE		(https://iut.univ-amu.fr/)
UNIVERSITE DU MANS	I.U.T. Laval	http://iut-laval.univ-lemans.fr/ (http://iut-laval.univ-lemans.fr/)
UNIV PARIS XIII PARIS-NORD VILLETANEUSE	I.U.T de Saint-Denis	https://iutsd.univ-paris13.fr/ (https://iutsd.univ-paris13.fr/)
UNIVERSITE DE TOURS	I.U.T de Tours	https://iut.univ-tours.fr/ (https://iut.univ-tours.fr/)
UNIVERSITE DE MONTPELLIER	I.U.T de Béziers	https://www.iutbeziers.fr/ (https://www.iutbeziers.fr/)
UNIVERSITE DE BORDEAUX	I.U.T de Bordeaux	https://www.iut.u-bordeaux.fr (https://www.iut.u-bordeaux.fr)
UNIVERSITE BREST BRETAGNE OCCIDENTALE	I.U.T de Quimper	https://www.univ-brest.fr/iut-quimper/ (https://www.univ-brest.fr/iut-quimper/)

RÉSUMÉ DE LA CERTIFICATION

Objectifs et contexte de la certification :

Le titulaire du Bachelor Universitaire de Techniques de Commercialisation intervient dans toutes les étapes de la commercialisation d'un bien ou d'un service : de l'étude de marché à la vente en passant par la stratégie marketing, la communication commerciale, la négociation et la relation client. Il couvre les secteurs d'activités en lien avec les métiers de la vente, du marketing et de la communication. Il est polyvalent, autonome et évolutif

Le titulaire du BUT Techniques de commercialisation marketing et management du point de vente est un spécialiste de la gestion commerciale qu'il exerce au sein de tout type de commerce.

Activités visées :

Conduite des actions marketing :

- en situation de développement d'un produit
- en situation de développement d'un service
- en situation de développement d'une activité non marchande

Vente d'une offre commerciale :

-en situation de vente en B to C

-en situation de vente en B to B

Communication de l'offre commerciale :

-en situation de communication de l'offre en tant qu'annonceur

-en situation de communication de l'offre en tant qu'agence de communication

Management d'une équipe commerciale sur un espace de vente:

-en situation de commerce intégré -en situation de commerce indépendant

-en situation de distribution de services -en situation de produits

Pilotage d'un espace de vente :

-en situation de commerce intégré

-en situation de commerce indépendant

-en situation de déploiement de l'activité d'un rayon ou d'un corner

-en situation de déploiement de l'activité d'un magasin

Compétences attestées :

Conduire des actions marketing :

-en analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers

-en évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché

-en quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur

-en analysant avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise

-en élaborant un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents

-en adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique

Vendre une offre commerciale :

-en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique.

-en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation

-en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation -en prospectant à l'aide d'outils adaptés

-en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale

Communiquer sur l'offre commerciale :

-en élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix

-en utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation

-en produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs

-en respectant la réglementation en vigueur.

Manager une équipe commerciale sur un espace de vente :

-en veillant à l'atteinte des objectifs commerciaux par l'équipe

-en animant l'équipe commerciale par la valorisation des compétences

-en favorisant l'adhésion à la culture d'entreprise par la transmission des valeurs et des pratiques de l'organisation

Piloter un espace de vente :

-en appréhendant l'environnement commercial pour en dégager les spécificités

-en pilotant la relation avec les fournisseurs et le réseau dans le respect des directives et des accords

-en développant l'attractivité commerciale de l'espace de vente pour optimiser les indicateurs commerciaux

-en enrichissant l'expérience client par la mesure de la satisfaction client.

Compétences transversales :

Se servir du numérique :

-en utilisant les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.

Exploiter les données à des fins d'analyse :

-en identifiant, sélectionnant et analysant avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation

-en analysant et synthétisant des données en vue de leur exploitation -en développant une argumentation avec esprit critique.

S'exprimer et communiquer à l'écrit et à l'oral :

-en se servant aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française

-en communiquant par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, en français et dans au moins une langue étrangère.

Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle :

-en situant son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives.

-en respectant les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale.

-en travaillant en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet.

-en analysant ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique.

Se Positionner vis à vis d'un champ professionnel :

-en identifiant et situant les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder

-en caractérisant et valorisant son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte

-en identifiant le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs

Modalités d'évaluation :

Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques, exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé, mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).

BLOCS DE COMPÉTENCES

N° et intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
RNCP35356BC01	-Analyser l'environnement d'une	Validation des compétences <small>Gestion des services</small>

<p>Conduire les actions marketing</p>	<p>entreprise en repérant et appréciant les sources d'informations (fiabilité et pertinence)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement simple -Choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation du marché -Concevoir une offre cohérente et éthique en termes de produits, de prix, de distribution et de communication -Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques -Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement complexe -Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe -Concevoir un mix étendu pour une offre complexe -Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement -Elaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne) -Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur -Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre 	<p>évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)</p>
<p>RNCP35356BC02</p> <p>Vendre une offre commerciale</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins -Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client -Concevoir des OAV efficaces 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de pro</p> <p style="text-align: right;">Gestion des services</p>

- Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs
- Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection - Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels
- Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés
- Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat
- Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre
- Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre
- Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale
- Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l'entreprise
- Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel
- Elaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe
- Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international, etc.

mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)

RNCP35356BC03

Communiquer l'offre commerciale

- Identifier les cibles et objectifs de communication en tenant compte de la cohérence du mix
- Analyser de manière pertinente les moyens de communication commerciale (médias, hors médias, médias sociaux)

Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de pro

Gestion des services

	<ul style="list-style-type: none"> -Elaborer des supports simples (Imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring, ...) -Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité) -Elaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence -Etablir une stratégie de moyens en utilisant les indicateurs de choix des supports -Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité -Mettre en œuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-reputation. 	<p>mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)</p>
<p>RNCP35356BC04</p> <p>Manager une équipe commerciale sur un espace de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Analyser les indicateurs de performances commerciales -Communiquer sur les objectifs et les résultats efficacement et professionnellement -Planifier les missions de l'équipe en accord avec la stratégie de l'espace de vente -Fixer les objectifs en accord avec la méthode SMART -Fédérer les équipes autour de l'atteinte des objectifs -Sélectionner des collaborateurs en considérant les besoins de l'équipe -Intégrer des collaborateurs à l'équipe -Valoriser les compétences des membres de l'équipe 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)</p>
<p>RNCP35356BC05</p> <p>Piloter un espace de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Analyser le secteur et l'environnement concurrentiel -S'approprier la chaîne d'approvisionnement de l'espace de vente Agencer l'offre sur l'espace de vente en utilisant les techniques de 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techni</p>

	<p>merchandising, en particulier la théâtralisation</p> <ul style="list-style-type: none"> -Personnaliser la relation client en appliquant les principes de base de la GRC Gérer la diversité des points de contacts avec le client -Comprendre les enjeux de la distribution et les évolutions du secteur Elaborer une stratégie commerciale en cohérence avec l'environnement concurrentiel -Gérer la relation avec les fournisseurs ou le réseau Implanter un plan de merchandising, défini par le réseau ou par l'équipe de vente -Optimiser les outils de GRC -Optimiser le parcours client dans une perspective omnicanale par l'intégration des différents points de contact 	<p>exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet</p>
<p>RNCP35356BC06</p> <p>Usages numériques</p>	<p>-Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.</p>	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>
<p>RNCP35356BC07</p> <p>Exploitation des données à des fins d'analyse</p>	<p>-Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation. -Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation. -Développer une argumentation avec esprit critique.</p>	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>
<p>RNCP35356BC08</p> <p>Expression et communication écrites et orales</p>	<p>-Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. - Communiquer par oral et par écrit,</p>	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est de</p>

	de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère.	une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises
RNCP35356BC09 Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle	-Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives - Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale. -Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet -Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique	Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises
RNCP35356BC10 Positionnement vis à vis d'un champ professionnel	-Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder - Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte -Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs.	Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence :

L'intégralité de la certification s'obtient par la validation de tous les blocs de compétences.

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Secteurs d'activités :

Le titulaire d'un BUT Techniques de Commercialisation marketing et management du point de vente exerce son activité dans des points de vente de taille et d'activité différentes. Ces activités incluent le commerce de détail, le commerce en ligne, la grande distribution et la distribution spécialisée

Gestion des services

D : Commerce, vente et grande distribution

M : Support à l'entreprise

Type d'emplois accessibles :

Débutant :

- Assistant manager,
- Merchandiser,
- Animateur de ventes,
- Manager de rayon

Après 3 ans :

- Chef de rayon,
- Manager de point de vente,
- Responsable de point de vente,
- Chef de secteur,
- Responsable drive
- Responsable merchandising

Code(s) ROME :

- M1700 - Stratégie commerciale, marketing et supervision des ventes
- D1500 - Grande distribution
- D1300 - Direction de magasin de détail
- E1103 - Communication

Références juridiques des réglementations d'activité :

VOIES D'ACCÈS

Le cas échéant, prérequis à la validation des compétences :

Gestion des services

Validité des composantes acquises :

Voie d'accès à la certification	Oui	Non	Composition des jurys
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.
Après un parcours de formation continue	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.
En contrat de professionnalisation	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.
Par candidature individuelle		X	-
Par expérience	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 613-4 du code de l'éducation.
En contrat	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comp

Gestion des services

d'apprentissage

chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.

	Oui	Non
Inscrite au cadre de la Nouvelle Calédonie	X	
Inscrite au cadre de la Polynésie française	X	

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS PROFESSIONNELLES, CERTIFICATIONS OU HABILITATIONS

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations : Oui

Certifications professionnelles, certifications ou habilitations en équivalence au niveau européen ou international :

Certifications professionnelles enregistrées au RNCP en équivalence :

N° de la fiche	Intitulé de la certification professionnelle reconnue en équivalence	Nature de l'équivalence (totale, partielle)
RNCP2927 (/recherche/rncp/2927) DUT Techniques de commercialisation	DUT Techniques de commercialisation	Partielle

Liens avec des certifications et habilitations enregistrées au Répertoire spécifique :

Référence des arrêtés et décisions publiés au Journal Officiel ou au Bulletin Officiel (enregistrement au RNCP, création diplôme, accréditation...) :

Date du JO / BO	Référence au JO / BO
12-12-2019	Arrêté du 6 décembre 2019 portant réforme de la licence professionnelle

Date d'effet de la certification	01-09-2021
Date d'échéance de l'enregistrement	31-08-2026

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Statistiques :**Lien internet vers le descriptif de la certification :****Le certificateur n'habilite aucun organisme préparant à la certification****Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation :**

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation

(<https://certifpro.francecompetences.fr/webapp/services/enregistrementDroit/documentDownl>