Techniques de ventes I

UE 24

Enseignant(s) responsable de l'UE : Sylvie EVINCK
Autres enseignant·e·s de l'UE : Xavier GUYAUX

Année d'études	Bloc 2
Acronyme	MKU21TVENT1
Nombre de crédits ECTS	6 (facteur de pondération)
Volume horaire	60 h (Q1 60 / Q2 0)
Période de l'année	Quadrimestre 1
Niveau du cycle	1er cycle
Cadre européen de certification	Niveau 6
Caractère dans le programme	Cours obligatoire dans le programme
Langue(s) d'enseignement	Français
Coordonnées du service	Campus d'Anderlecht, Avenue Émile Gryzon 1 (bât. 4C), 1070 Anderlecht
Mode d'évaluation	Unité évaluée en épreuves spécifiques par activité d'apprentissage
UE prérequises	Néant
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
MK21DG Dynamique des groupes	30	3	NON
MK21TVT1 Techniques de ventes 1	30	3	NON

Contribution de l'UE au profil d'enseignement du programme

- **HE04** HE. 4. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing réalise et accompagne un plan marketing cohérent en gérant toutes les étapes de la mise sur le marché d'un bien ou d'un service, de la conception à la vente : spécification du produit, fixation des prix, stratégie de communication, canaux de distribution, politique commerciale et de vente, image de marque, gestion des stocks.
- **RE01** ARES. 1 S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution
- **RE01.1** ARES. 1.1 Travailler tant en autonomie qu'en équipe dans le respect de la culture de l'entreprise
- **RE01.3** ARES. 1.3 Adopter une attitude éthique et respecter les règles de déontologie
- **RE02** ARES. 2 Communiquer : écouter, informer, conseiller les acteurs tant en interne qu'en externe
- **RE02.1** ARES. 2.1 Négocier avec les différents acteurs
- **RE02.2** ARES. 2.2 Présenter, par écrit et oralement, les résultats du diagnostic stratégique et les recommandations
- **RE02.3** ARES. 2.3 Orienter la communication en fonction des publics cibles
- **RE02.4** ARES. 2.4 Promouvoir et contribuer à l'image de marque de l'organisation y compris sa responsabilité sociétale
- **RE02.5** ARES. 2.5 Défendre ses projets avec persuasion et enthousiasme
- **RE03** ARES. 3 Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing
- **RE03.3** ARES. 3.3 Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)
- **RE04** ARES. 4 Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique
- **RE04.1** ARES. 4.1 Comprendre, interpréter et anticiper le comportement du client
- **RE04.3** ARES. 4.3 Effectuer un diagnostic stratégique de la situation commerciale de l'entreprise et de son environnement et faire des recommandations dans le respect des préoccupations environnementales et éthiques
- **RE04.4** ARES. 4.4 Vérifier la pertinence et la cohérence des actions envisagées

Autres connaissances ou compétences prérequises

Dynamique des groupes

Maîtrise suffisante de la langue française

Techniques de ventes 1

Maîtrise suffisante de la langue française

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Dynamique des groupes

Objectifs

1. Développer chez les étudiants la capacité d’analyse des phénomènes généraux du fonctionnement des groupes. Développer chez les étudiants la capacité d’observation des groupes, d’application de techniques d’analyse, de conduite de réunion, de prise de décision. Amener les étudiants à une meilleure connaissance d’eux-mêmes, une meilleure écoute des autres, une meilleure maîtrise des situations de groupe.

Contenu

Notions générales de "groupe" et "dynamique". Caractéristiques de fonctionnement des groupes primaires : objectifs, normes, pression de conformité, autorité et leadership, rôle de l’environnement, importance de la disposition spatiale, etc. Conduite de réunions. Mises en pratique : exercices de prise de parole en public, exercices d’analyse des relations affectives/rôles dans un groupe, exercices de conduite de groupes, exercices de communication non-verbale.

Techniques de ventes 1

Objectifs
1. Développer chez les étudiants la capacité à construire un argumentaire de vente efficace. 2. Faire prendre conscience aux étudiants de leur profil de négociateur, et du profil d’un prospect.
Contenu

1. Savoir se vendre : curriculum vitae et lettre de motivation ; 2. Savoir vendre en défendant ses marges ; 3. Mieux vendre avec un argumentaire de vente cohérent : méthodes soncas(e)/cap ; 4. Mieux se connaître pour mieux vendre : éléments de caractérologie, d’analyse transactionnelle, de PNL.

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Dynamique des groupes

1. Cours théorique. Exercices individuels et exercices de groupes. Présentations orales.

Techniques de ventes 1

1. Cours théorique; 2. Exercices individuels et exercices en groupes; 3. Présentations orales.

Acquis d'apprentissage sanctionnés, spécifiques et contribuant à l'UE

Dynamique des groupes

1. Rapporter l’évolution de la discipline, ainsi que les principales caractéristiques de la dynamique des groupes. Analyser les phénomènes généraux du fonctionnement des groupes. Développer une meilleure connaissance de soi, une meilleure écoute des autres, une meilleure maîtrise des situations de groupes.

Techniques de ventes 1

1. Analyser son profil de négociateur ainsi que le profil d'un prospect. 2. Construire un argumentaire de vente efficace. 3. Etablir des propositions commerciales préservant la trésorerie de l'entreprise. 4. Mettre en oeuvre des techniques de communication efficaces, tenant compte de sa propre personnalité et de celle du prospect.

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Techniques de ventes 1 : Syllabus	sur le campus numérique	—
Techniques de ventes 1 : Vidéos et documents	sur le campus numérique	—
Techniques de ventes 1 : Exercices	sur le campus numérique	—
Dynamique des groupes : Syllabus	sur le campus numérique	—
Dynamique des groupes : Exercices	sur le campus numérique	—
Dynamique des groupes : Vidéos et documents	sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Dynamique des groupes :	—	—

Mode d'évaluation et de pondération par activité au sein de l'UE

Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuves spécifiques par activité d'apprentissage.

Méthode d'intégration :

- Si aucune des notes des différentes AA qui composent l'UE ne se situe en deçà de 8/20, c'est la technique de la moyenne arithmétique pondérée qui est appliquée.
- Si la note d'une ou plusieurs AA composant une UE se situe en deçà de 8/20, la note finale de l'UE correspondra à la plus mauvaise des notes reçues.

Janvier			
Dynamique des groupes — méthode d'intégration : 50 %			
Travaux hors session	100 %	Type de questions : Non applicable	Examen à livre : Livre ouvert
Techniques de ventes 1 — méthode d'intégration : 50 %			
Travaux hors session	100 %	Type de questions : Non applicable	Examen à livre : Livre ouvert
Août			
Dynamique des groupes — méthode d'intégration : 50 %			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Techniques de ventes 1 — méthode d'intégration : 50 %			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé