

## Public et prérequis

- § Titulaire d'un diplôme ou d'un titre homologué de niveau IV, ou avoir accompli une scolarité complète conduisant à l'un de ces grades

## Durée

- § 2 034 heures réparties sur 2 ans + 12 semaines de stage (dont 4 semaines de stage minimum à l'étranger)

## Principaux contenus

- § **Réalisation des études et veille des marchés étrangers**
- Identification des enjeux de la démarche marketing
  - Détermination des structures et fonctionnement d'un marché
  - Utilisation des outils et méthodes de veille concurrentielle et commerciale
  - Réalisation de diagnostic des marchés étrangers
  - Identification des circuits et des réseaux de distribution
- § **Mobilisation des techniques informatiques d'études et veille commerciales internationales**
- Modélisation des processus et typologies des organisations informatiques
  - Organisation des systèmes d'information
  - Utilisation des outils de communication électronique
  - Sécurisation des données informatiques
- § **Prospection et suivi de la clientèle sur les marchés internationaux**
- Identification des spécificités du plan marketing à l'international
  - Détermination des techniques de prospection internationale
  - Modes d'accès aux marchés étrangers
  - Mise en œuvre et suivi de la prospection internationale
- § **Négociation et vente d'une offre commerciale à l'export**
- Elaboration d'une offre commerciale à l'export
  - Détermination des éléments constitutifs du prix
  - Identification des techniques et stratégies de négociation de vente
  - Détermination des contrats commerciaux internationaux
- § **Elaboration et conduite des opérations d'import - export**
- Identification des acteurs de la supply chain
  - Détermination des incoterms
  - Organisation des expéditions en fonction des modes de transport
  - Typologie des risques des opérations internationales
  - Internationalisation des achats et sourcing
  - Pilotage des opérations d'import - export

## Modalités de la formation

- § Présentiel.  
§ Possibilité de valider un/des blocs de compétence

## Après la formation

- § Equivalences, passerelles, débouchés :  
<https://certificationprofessionnelle.fr/recherche/rncp/4934>

## Documents administratifs remis

- § Certificat de réalisation  
§ Attestation de fin de formation



Bac+2 Commerce

## BTS COMMERCE INTERNATIONAL

### Objectifs généraux

- u Réaliser des études et veille des marchés étrangers
- u Mobiliser les techniques informatiques d'études et veille commerciales internationales
- u Prospecter et suivre la clientèle sur les marchés internationaux
- u Négocier et vendre une offre commerciale à l'export
- u Elaborer et conduire des opérations d'import - export

### Les plus de la formation



- u Pédagogie basée sur des études de cas de problématiques d'entreprise.
- u Intervenants professionnels
- u Partenariats avec des entreprises dans le secteur du Commerce International

### Mode d'évaluation des acquis

- u Evaluation par le formateur au fur et à mesure de sa progression pédagogique.
- u Evaluation finale des acquis sanctionnée par le passage d'un examen en forme ponctuelle ou en Contrôle en Cours de Formation pour les CFA habilités.

### Validation

- u Brevet de Technicien Supérieur Commerce International délivré par l'Education Nationale (arrêté de création du 24 juillet 2007 au JORF le 10 août 2007)
- u Niveau : III/5
- u Code RNCP : 4934
- u Code Certif Info : 55086



### Agrément

- u /

## PROGRAMME

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
1	Identifier les objectifs, les modalités et les étapes de la formation	11 h 00
§ Accueil § Tour de table § Déclinaison des objectifs et modalités de la formation		<b>MOYENS A PLANIFIER</b> Salle équipée d'un ensemble multimédia

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
2	Thèmes transversaux de la formation	987 h 00
§ Apports de culture générale et techniques d'expression (144 h 00) § Environnement économique et juridique (288 h 00) § Management des entreprises (144 h 00) § Langues étrangères des affaires – 2 au minimum (432 h 00)		<b>MOYENS A PLANIFIER</b> Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Bibliothèque pédagogique

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
3	Etudes et veille des marchés étrangers	216 h 00
§ Principes et enjeux de la démarche marketing § Structures et fonctionnement d'un marché (notions de concurrence directe et de concurrence élargie, situations concurrentielles) § Identification des circuits et des réseaux de distribution § Outils et méthodes de veille concurrentielle et commerciale § Utilisation des outils statistiques § Approches des différents cadres juridiques internationaux § Diagnostic des marchés étrangers : diagnostic export (SWOT), § Processus et stratégies de développement à l'international § Dispositifs d'appui au développement international des entreprises		<b>MOYENS A PLANIFIER</b> Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Logiciels de langues Bibliothèque pédagogique

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
4	Techniques informatiques d'études et veille commerciales internationales	108 h 00
§ Modélisation des processus, typologie des organisations informatiques § Organisation des systèmes d'information § Composantes du coût de l'information § Utilisation des outils de communication électronique § Système de gestion des bases de données § Sécurisation d'accès aux données		<b>MOYENS A PLANIFIER</b> Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Logiciels de langues Bibliothèque pédagogique

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
<b>5</b>	<b>Prospection et suivi de clientèle</b>	<b>288 h 00</b>
§	Spécificités du plan marketing à l'international	<b>MOYENS A PLANIFIER</b>  Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Logiciels de langues Bibliothèque pédagogique
§	Segmentation, ciblage et positionnement	
§	Techniques de prospection internationale	
§	Politique d'offre à l'international	
§	Modes d'accès aux marchés étrangers : typologie et caractéristiques	
§	Outils et actions de la communication internationale	
§	Gestion des budgets pour les actions internationales	
§	Protection internationale de la propriété intellectuelle	
§	Mise en œuvre et suivi de la prospection internationale	

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
<b>6</b>	<b>Négociation et vente</b>	<b>180 h 00</b>
§	Elaboration d'une offre commerciale à l'export	<b>MOYENS A PLANIFIER</b>  Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Logiciels de langues Bibliothèque pédagogique
§	Détermination des éléments constitutifs du prix	
§	Démarche d'analyse de demande de l'offre	
§	Présentation de l'offre (contenu de l'offre et présentation matérielle)	
§	Détermination des techniques et stratégies de négociation vente	
§	Identification des contrats commerciaux internationaux	

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
<b>7</b>	<b>Montage des opérations import - export</b>	<b>234 h 00</b>
§	Identification des acteurs de la supply chain	<b>MOYENS A PLANIFIER</b>  Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Logiciels de langues Bibliothèque pédagogique
§	Typologie des incoterms	
§	Organisation des expéditions en fonction des modes de transport	
§	Opérations intra-communautaire	
§	Organisation du dédouanement et procédures de dédouanement	
§	Typologie des risques des opérations internationales	
§	Cadre juridique du transport international	
§	Instruments et techniques de paiement	
§	Mode de financement lié aux opérations internationales	
§	Internationalisation des achats et sourcing	
§	Modalités d'évaluation de la performance des fournisseurs	
§	Pilotage des opérations d'import - export	

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
<b>8</b>	<b>Evaluer les acquis du stage</b>	<b>10 h 00</b>
§	Evaluation de satisfaction de la formation.	<b>MOYENS A PLANIFIER</b>  Salle équipée d'un ensemble multimédia
§	Bilan global de la formation par le formateur évaluateur.	
§	Synthèse du stage.	

## Examen