

BTS

Commerce International (référentiel commun européen)

“Advanced technician in international trade”

Diplôme délivré par l'Education Nationale

“Une formation technique ouverte sur le monde”

L'intégration continue de nouveaux pays dans l'Union Européenne, le développement technologique ainsi que la mondialisation des échanges, entraînent de profondes transformations dans les relations inter-entreprises et sont à l'origine du BTS Commerce International à référentiel commun européen.

Le titulaire de ce diplôme contribue au développement international durable de l'entreprise par la commercialisation de biens et/ou de services sur les marchés étrangers et l'optimisation des achats dans un contexte de mondialisation. Il est chargé de mettre en oeuvre les choix stratégiques et de coordonner les opérations internationales entre les différentes fonctions de l'entreprises et/ou les partenaires extérieurs. Grâce à son travail d'analyse et de remontée d'informations, il permet à l'entreprise de réagir aux évolutions de son environnement.

Il doit mener une veille permanente pour collecter des informations sur les marchés étrangers afin de préparer les décisions commerciales. Il prospecte à l'achat et à la vente, élabore des offres adaptées, vend et participe au processus de négociation à l'achat. Il assure le suivi administratif et commercial des ventes et des achats et coordonne les services supports et les prestataires extérieurs.

Tout d'abord assistant d'acheteur, assistant commercial export, assistant prospecteur, assistant du chef de produit..., il pourra devenir responsable export ou import en PME, chargé de mission à l'international, chef de produit, prospecteur ou acheteur international...

Qualités personnelles requises

Maîtrise de 2 langues étrangères (dont l'anglais)
Rigueur
Aptitude à la négociation
Aisance relationnelle
Sens de l'initiative
Curiosité intellectuelle
Mobilité géographique

Perspectives professionnelles

Prospecteur, acheteur
Responsable géographique
Acheteur international
Chef de produit
Commercial trilingue
Collaborateur du responsable des
Achats internationaux

Référentiel d'examen

	Mode	Durée	Coefficient
Culture générale et expression	Ecrit	4 h	5
Langue Vivante 1	Ecrit	3 h	2,5
	Oral	20 min	2,5
Langue Vivante 2	Ecrit	3 h	2,5
	Oral	20 min	2,5
Economie-Droit	Ecrit	4h	5
Etudes et veilles commerciales: Analyse diagnostique des marchés étrangers	Ecrit	3 h	4
Etudes et veilles commerciales: Exploitation du système d'information	Oral	30 min	2
Vente à l'export: Prospection et suivi clientèle	Ecrit	3 h	3
Vente à l'export: Négociation vente en LVE	Oral	40+40 min	3
Gestion de OP d'import-export: Montage des OP d'import-export	Ecrit	4 h	4
Gestion de OP d'import-export: Conduite des OP d'import-export	Oral	30 min	2
Epreuve facultative: Langue Vivante 3	Oral	20 min	1

Conditions d'admission

Etre titulaire du BAC, et avoir satisfait à l'étude du dossier scolaire et aux épreuves de sélection.

Ces épreuves ont pour objectif de valider le niveau de formation et de vérifier que le candidat dispose des qualités de base requises. Certains non titulaires du BAC peuvent éventuellement être admis à l'IFC, après étude de leur dossier.

Rythme de l'Alternance

Formation diplômante sur 2 années scolaires.

En alternance, le rythme varie en fonction des écoles, se renseigner auprès de chacune d'entre elles.

En formule DECLIC 12 semaines de stage dont 4 à l'étranger sont obligatoires. Durant la scolarité, six semaines pleines, en moyenne, à l'IFC sont consacrées aux examens blancs et aux dernières révisions d'avant examen.

PROGRAMME DETAILLE

BTS COMMERCE INTERNATIONAL à référentiel commun européen

Langues vivantes A et B

Expression écrite et orale

Maîtrise du langage de base propre au Commerce International

Un approfondissement se fera dans le cadre du ou des pays dont on étudie la langue.

- Langue commerciale et économique usuelle
- Organisation et techniques du Commerce International
- Etude des réalités et civilisations en vue de l'intégration de ces composantes dans des activités commerciales internationales.

Droit spécifique au commerce international et Géopolitique

- Approche des différents cadres juridiques internationaux
- Protection internationale de la propriété intellectuelle
- Contrats de distribution à l'international
- Contrats commerciaux internationaux
- Contrats de vente à l'international
- Réglements des litiges
- Cadre juridique du transport international
- Environnement géopolitique
- Grandes zones géopolitiques

Economie générale, économie d'entreprise, droit

- Les fondements de la connaissance économique
- Les fonctions économiques
- Le financement de l'économie
- La régulation
- Les relations économiques internationales
- L'économie mondiale
- L'entreprise, des approches complémentaires
- L'entreprise, centre de décision
- L'entreprise et la gestion des activités
- L'entreprise et sa démarche stratégique
- L'entreprise, la société et l'éthique
- Le droit et l'activité économique
- Le cadre juridique de l'activité économique
- L'activité économique et les mécanismes juridiques fondamentaux
- L'entreprise et l'activité commerciale
- Relations de travail dans l'entreprise
- Les relations juridiques de l'entreprise avec les consommateurs
- Les relations inter-entreprises

Outils de Gestion commerciale

- Statistiques descriptives
- Gestion du temps
- Eléments d'appréciation de la valeur d'un partenaire
- Budget

Informatique commerciale

- Le système d'information et technologies de l'information
- Techniques de recherche d'information
- Utilisations professionnelles des logiciels bureautiques (en liaison avec la communication écrite)
- Outils de communication électronique
- Bases de données
- Protection des données

Culture et expression française

- Maîtrise de techniques d'expression écrite et orale
- Aptitude à l'analyse et à la synthèse
- Résumé de textes, exposés oraux

Communication - Négociation - Management

Communication

- Communication écrite (en relation avec les enseignements de LVE)
- Communication interpersonnelle
- Communication de groupe (en relation avec les enseignements de managements des organisations interculturelles)

Management interculturel des organisations

- Concepts de base de l'analyse interculturelle
- Communication et négociation interculturelle (en relation avec l'enseignement de LVE et de communication et négociation commerciale)
- Approche socioculturelle (en relation avec l'enseignement de LVE)
- Culture et pratiques managériales (en relation avec l'enseignement de LVE)

Négociation

- Eléments constitutifs du prix
- Présentation de l'offre
- Techniques de négociation

Marketing

Marketing international

- La démarche marketing
- Structure et fonctionnement d'un marché
- Plan marketing
- Veille
- Etudes de marchés
- Diagnostic export
- Stratégie d'internationalisation
- Réseaux de soutien à l'internationalisation
- Concept et particularités du marketing international
- Prospection internationale
- Politique d'offre à l'international
- Politique de présence à l'étranger
- Politique de communication internationale

Marketing achat

- Fonction achat
- Internationalisation des achats et sourcing (sourcing)
- Préparation de la négociation achat
- Outils de suivi des achats

Techniques de commerce international

- Logistique
- Incoterms
- Modes de transport
- Gestion documentaire des opérations internationales
- Instruments et techniques de paiement
- Mode de financement des opérations courantes
- Opérations intra-communautaires
- Opérations avec les pays tiers
- Gestion des risques

Conduite des opérations d'import et export

IFC CEVENNES

04 66 30 40 92
ales@ifc.fr

IFC PROVENCE

04 90 14 15 90
avignon@ifc.fr

IFC MEDITERRANEE

04 91 32 19 29
marseille@ifc.fr

IFC LANGUEDOC

04 67 65 50 85
montpellier@ifc.fr

IFC GARD

04 66 29 74 26
nimes@ifc.fr

IFC ROUSSILLON

04 68 67 42 89
perpignan@ifc.fr