



Présentiel



8 840€



1 350h

BTS COMMERCE INTERNATIONAL

PRÉ-REQUIS

Titulaire du Baccalauréat ou équivalent

OBJECTIFS

Contribuer au développement international durable de l'entreprise par la commercialisation de biens/services sur les marchés étrangers, et l'optimisation des achats dans un contexte de mondialisation. Vous serez chargé(e) de mettre en oeuvre les choix stratégiques et coordonner les opérations internationales entre les différentes fonctions de l'entreprise et/ou les partenaires extérieurs.

Dans le cadre de l'entreprise, vous remplirez les missions suivantes :

- études et veille commerciales internationales
- vente à l'export / achat à l'import
- coordination des services supports à l'import et à l'export
- gestion des relations dans un contexte pluriculturel.

Vous devrez mener une veille permanente pour collecter des informations sur les marchés étrangers afin de préparer les décisions commerciales. Vous prospecterez à l'achat et à la vente, élaborerez des offres adaptées, vendrez et participerez au processus de négociation à l'achat.

PROGRAMME

Études & veille commerciales internationales

- La démarche marketing
- Structure et fonctionnement d'un marché
- Plan marketing
- Veille
- Études de marché
- Diagnostic export
- Stratégie d'internationalisation
- Réseaux de soutien à l'internationalisation
- Environnement géopolitique
- Grandes zones géopolitiques
- Statistiques descriptives
- Gestion du temps
- Communication écrite
- Approche des différents cadres juridiques internationaux
- Le système d'information et technologies de l'information
- Techniques de recherche d'informations
- Utilisation professionnelle des outils de bureautique
- Outils de communication électronique
- Bases de données
- Protection des données

Prospection et suivi de clientèle

- Concept et particularités du marketing international
- Segmentation, ciblage, positionnement
- Prospection internationale
- Politique d'offre à l'international (*produit, prix*)
- Politique de présence à l'étranger
- Politique de communication internationale
- Éléments d'appréciation de la valeur d'un partenaire
- Éléments de suivi de l'activité commerciale
- Budgets
- Prospection internationale de la propriété intellectuelle
- Contrats de distribution à l'international

Communication et management interculturel

- Communication de groupe
- Concepts de base de l'analyse interculturelle

- Communication et négociation interculturelle
- Approche socioculturelle
- Culture et pratiques managériales

Négociation Vente

- Éléments constitutifs du prix
- Présentation de l'offre
- Techniques de négociation
- Contrats commerciaux internationaux
- Contrat de vente à l'international

Gestion des opérations d'import-export

- Fonction achat
- Internationalisation des achats et sourcing
- Préparation de la négociation achat
- Outils de suivi des achats
- Logistique
- Incoterms
- Modes de transport
- Gestion documentaire des opérations internationales
- Instruments et techniques de paiement
- Mode de financement des opérations
- Opérations intra-communautaires
- Opérations avec les pays tiers
- Gestion des risques
- Règlement des litiges
- Cadre juridique du transport international d'information

Culture générale et expression

- Communiquer par écrit ou oralement
- S'informer, se documenter
- Appréhender & réaliser un message, maîtriser la langue écrite
- Apprécier un message ou une situation
- Tirer parti des documents lus & de la réflexion menée

Anglais et espagnol

- Les différentes formes de la distribution
- La publicité (*mass media*)
- L'organisation de l'entreprise
- Quelques notions de droit commercial

METIERS

Assistant(e) transitaire
Assistant(e) aux achats à l'international
Commercial(e) export
Chargé(e) de mission à l'international
Responsable de zone
Chef de produit
Responsable de l'administration des ventes
Acheteur(se) international
Agent en développement commercial
Chargé(e) de clientèle

- Les documents usuels relatifs à l'achat, la vente, l'expédition des marchandises, le règlement, l'assurance
- La correspondance commerciale
- Production, consommation, leurs fluctuations
- Les investissements, rationalisation et automatisation
- La croissance, les crises, marchés et bourses
- Problèmes de répartition : salaires et revenus
- Problèmes humains et sociaux
- Étude économique et place du pays
- Transport, douane et transit
- Manifestations commerciales à l'étranger
- Problèmes monétaires
- Les accords internationaux et inter-régionaux
- Investissements, sociétés et implantation
- Approche économique et socioculturelle
- Utilisation de l'étude de ces réalités à des fins commerciales : études de marché, négociation,

Économie/Droit/Management

- La coordination des décisions économiques par l'échange
- La création de richesses & la croissance économique
- La répartition des richesses
- Le financement des activités économiques
- La politique économique dans un cadre européen
- La gouvernance de l'économie mondiale
- L'individu au travail
- Les structures juridiques de l'entreprise
- Le contrat, support de l'activité de l'entreprise
- L'immatériel dans les activités économiques
- L'entreprise face au risque
- Le savoir-entreprendre
- Les stratégies d'entreprise
- Les structures de l'entreprise
- L'optimisation des moyens technologiques
- La mobilisation des ressources humaines