

Bachelor Commerce International - Bac+3

Prépare au titre RNCP 38604 « Responsable d'Activités Commerciales (spécialité International) » niveau 6 codes 26 X 31247 et NSF 312 délivré par l'INSEEC

Prérequis : Titulaire d'un Bac+2 (toute section). Admission sur dossier, tests et entretien.

Objectifs de la formation : Acquérir les méthodes de commercialisation et de marketing tant traditionnelles que digitales, dans un contexte international.

Aptitudes : Commerciale. Négociation. Internationale.

Compétences : Commerce. Marketing. International. Gestion. Anglais.

Durée : 441 heures avec 1 semaine de cours toutes les 3-4 semaines sur 1 an (dont 30h de plateforme pédagogique).

Rentrées : consultables sur www.isct.fr.

Tarifs : voir www.isct.fr (gratuit pour le stagiaire en contrat d'alternance, financé par l'OPCO et/ou l'entreprise).

Méthodes mobilisées : Cours en présentiel. Etudes de cas et projet en travaux dirigés. Plateforme pédagogique.

Modalités d'évaluation : Contrôle continu, études de cas, examens partiels en avril et juin. Grand oral en juillet.

Accessibilité : A 200 mètres du métro et des bus dans le quartier d'affaires de Basso Cambo. Places (limitées) de parking gratuit sur place. Accessible aux personnes à mobilité réduite.

Débouchés professionnels : Chef de Produit international. Responsable Import/Export. Responsable de zone. Acheteur. Ingénieur commercial.

Statut : Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation de 1 an.

PROGRAMME

Marketing stratégique et opérationnel

- Fondamentaux du marketing. Analyse et sélection des marchés. Le SWOT.
- Marketing mix : produit, prix, distribution et communication. Publicité.
- La veille marketing, concurrentielle, commerciale et produits.
- Le plan marketing stratégique et opérationnel. Modèles de Porter et Pestel.

Plan d'actions commerciales - Techniques de commercialisation

- La mise en œuvre d'une stratégie commerciale et du plan d'actions commerciales. Planification des actions commerciales.
- Gestion d'un portefeuille clients.
- Organisation de la force de vente et des équipes commerciales.
- Plan de communication. Plan média. Publicité. E-Communication.
- Etablissement de l'offre commerciale.
- Les appels d'offres : analyser, préparer, répondre, négocier.

Droit commercial

- Contexte juridique des affaires. Droit commercial. Les différents types de contrats commerciaux, de clauses et conditions générales de vente / achat.

Finance

- Finance d'entreprise et notions de comptabilité.
- Calcul des prix de vente et des marges commerciales.
- Les modes de paiements et les risques financiers.

Management et gestion des ressources humaines

- Le management d'entreprise et le management commercial.
- Gestion des Ressources Humaines. Gestion de projet en équipe.
- Recrutement, formation et animation d'une équipe commerciale.
- Les outils de gestion RH et de la performance commerciale.

Communication interculturelle

- La communication interculturelle. Concepts clés de l'interculturel.
- Communiquer avec aisance. Construire un langage commun.
- Travailler avec des partenaires étrangers.

Anglais et Espagnol obligatoires

- Oral et écrit dans l'environnement professionnel.

Gestion des affaires internationales

- Notions de droit des contrats internationaux.
- Paiement international.
- Suivre une affaire internationale.
- Les différents modes de transport : routier, maritime, aérien, ferroviaire.
- Logistique internationale : douanes, assurance, gestion des litiges.
- Incoterms. Calcul du prix de vente export, et prix d'achat/import.

Appels d'offres et achats internationaux

- Identifier et comprendre les différents types d'appels d'offres.
- Répondre aux appels d'offres internationaux.
- Négocier et exécuter l'accord final de l'appel d'offres.
- Les techniques internationales d'achat.
- La recherche de fournisseurs et procédure d'appel d'offres d'achat.

Négociation en français et en anglais

- Les codes de la communication et les différents styles de négociation.
- Les argumentaires commerciaux et d'achat, et entretiens de négociation. Les techniques de négociation.
- Jeux de rôles de négociation en anglais.

Le marketing digital

- Définition du Marketing digital ou Webmarketing. Introduction au E-business.
- Appréhender les communautés Web et les comportements des internautes.
- La panoplie de techniques marketing digital (stratégie de contenu, search marketing, affiliation, marketing viral...).
- Les principaux facteurs et techniques favorisant le référencement des sites internet naturel et payant (Google Adwords).
- Les outils techniques d'analyse du trafic d'un site internet (Google Analytics).
- Présence sur les médias sociaux. Le community management : stratégie, techniques et outils. Animation de communautés.
- Les actions de publicité et de communication sur internet.

Etude de cas de développement d'une entreprise à l'international

Travail en trinôme sur 5 mois sur une étude de cas d'une entreprise réelle. L'examen comprend la remise d'un rapport et une soutenance orale.

Projet professionnel en entreprise

Projet individuel réalisé en entreprise, reprenant l'essentiel des composantes d'enseignement. Rédaction d'un rapport de 40 pages et soutenance orale.

