

Commerce international
à référentiel commun
européen
Brevet de technicien supérieur

LA MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

- Vu le décret n° 95-665 du 9 mai 1995 modifié portant règlement général du brevet de technicien supérieur ;
Vu l'arrêté du 9 mai 1995 fixant les conditions d'habilitation à mettre en œuvre le contrôle en cours de formation en vue de la délivrance du baccalauréat professionnel, du brevet professionnel, et du brevet de technicien supérieur ;
Vu l'arrêté du 9 mai 1995 relatif au positionnement en vue de la préparation du baccalauréat professionnel, du brevet professionnel et du brevet de technicien supérieur ;
Vu l'arrêté du 24 juin 2005 fixant les conditions de dispenses d'unités au brevet de technicien supérieur ;
Vu l'avis de la commission professionnelle consultative « techniques de commercialisation » en date du 19 décembre 2006 ;
Vu l'avis du Conseil supérieur de l'éducation du 9 juillet 2007 ;
Vu l'avis du Conseil national de l'enseignement supérieur et de la recherche du 16 juillet 2007 ;

Arrête

Article premier – La définition et les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur Commerce international à référentiel commun européen sont fixées conformément aux dispositions du présent arrêté.

Article 2 – Le référentiel des activités professionnelles, le référentiel de certification et les unités constitutives du référentiel de certification du brevet de technicien supérieur Commerce international à référentiel commun européen sont définis en annexe I au présent arrêté.

Les unités communes au brevet de technicien supérieur Commerce international à référentiel commun européen et à d'autres spécialités de brevet de technicien supérieur ainsi que les dispenses d'épreuves accordées au titre de l'arrêté du 24 juin 2005 susvisé, sont définies en annexe I au présent arrêté.

Article 3 – La formation sanctionnée par le brevet de technicien supérieur Commerce international à référentiel commun européen comporte des stages en milieu professionnel dont les finalités et la durée exigée pour se présenter à l'examen sont précisées à l'annexe II au présent arrêté.

Article 4 – En formation initiale sous statut scolaire, les enseignements permettant d'atteindre les compétences requises du technicien supérieur sont dispensés conformément à l'horaire hebdomadaire figurant en annexe III au présent arrêté.

Article 5 – Le règlement d'examen est fixé en annexe IV au présent arrêté. La définition des épreuves ponctuelles et des situations d'évaluation en cours de formation est fixée en annexe V au présent arrêté.

Article 6 – Pour chaque session d'examen, la date de clôture des registres d'inscription et la date de début des épreuves pratiques ou écrites sont arrêtées par le ministre chargé de l'Enseignement supérieur.

La liste des pièces à fournir lors de l'inscription à l'examen est fixée par le ou les recteurs en charge de l'organisation de l'examen.

Article 7 – Chaque candidat s’inscrit à l’examen dans sa forme globale ou dans sa forme progressive conformément aux dispositions des articles 16, 23, 23 bis, 24 et 25 du décret du 9 mai 1995 susvisé.

Dans le cas de la forme progressive, le candidat précise les épreuves ou unités qu’il souhaite subir à la session pour laquelle il s’inscrit.

Le brevet de technicien supérieur Commerce international à référentiel commun européen est délivré aux candidats ayant passé avec succès l’examen défini par le présent arrêté conformément aux dispositions du titre III du décret du 9 mai 1995 susvisé.

Article 8 – Les correspondances entre les épreuves de l’examen organisées conformément à l’arrêté du 3 septembre 1997 portant définition et fixant les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur Commerce international et les épreuves de l’examen organisées conformément au présent arrêté sont précisées en annexe VI au présent arrêté.

La durée de validité des notes égales ou supérieures à 10 sur 20 aux épreuves de l’examen subi selon les dispositions de l’arrêté du 3 septembre 1997 précité et dont le candidat demande le bénéfice dans les conditions prévues à l’alinéa précédent, est reportée dans le cadre de l’examen organisé selon les dispositions du présent arrêté conformément à l’article 17 du décret du 9 mai 1995 susvisé et à compter de la date d’obtention de ce résultat.

Article 9 – La première session du brevet de technicien supérieur Commerce international à référentiel commun européen organisée conformément aux dispositions du présent arrêté aura lieu en 2009.

La dernière session du brevet de technicien supérieur Commerce international à référentiel commun européen organisée conformément aux dispositions de l’arrêté du 3 septembre 1997 portant définition et fixant les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur Commerce international aura lieu en 2008. À l’issue de cette session, l’arrêté du 3 septembre 1997 précité est abrogé.

Article 10 – Le directeur général de l’enseignement supérieur et les recteurs sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l’exécution du présent arrêté qui sera publié au *Journal officiel de la République française*.

Fait à Paris, le 24 juillet 2007.

Pour le Ministre et par délégation,
l'adjoint au directeur
de l'enseignement supérieur,

Jean-Pierre KOROLITSKI

JO du 10 août 2007

BO du 13 septembre 2007

Nota – Cette brochure est disponible à la librairie du Centre national de documentation pédagogique, 13 rue du Four, 75006 Paris, dans les centres régionaux de documentation pédagogique et sur internet : www.cndp.fr/outils.doc

ANNEXE I

Référentiels du diplôme

Caractère européen du diplôme

Référentiel commun des activités
professionnelles

Référentiel commun de certification

Référentiel français de certification

Caractère européen du diplôme

Ce diplôme a été élaboré en commun avec les autorités compétentes des pays européens suivants :

- Espagne : Ministerio de Educación y Ciencia ;
- France : Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche ;
- Grèce : Organisation pour la formation et l'enseignement professionnels (OEEK) ;
- Italie : Ministero della Pubblica Istruzione ;
- Pays-Bas : Kenniscentrum Handel ;
- Portugal : Ministério da Educação ;
- Roumanie : Centrul National de Dezvoltare a Invatamantului ;
- Slovénie : Center RS za policno izobrazevnje ;
- Suisse : Office fédéral de la Formation professionnelle et de la Technologie.

Adapté en fonction des spécificités de chacun, ce diplôme est validé ou en cours de validation dans l'ensemble de ces pays. D'autres pays européens ayant manifesté leur intérêt sont susceptibles de l'adopter.

Référentiel commun des activités professionnelles

I. Appellation du diplôme

BTS Commerce international à référentiel commun européen¹.

II. Champ d'activité

II.1. Définition du métier

Le technicien supérieur en Commerce international à référentiel commun européen 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/elle est chargé(e) de mettre en œuvre les choix stratégiques et de coordonner les opérations internationales entre les différentes fonctions de l'entreprise et/ou les partenaires extérieurs. Grâce à son travail d'analyse et de remontée d'informations, il/elle permet à l'entreprise de réagir aux évolutions de son environnement.

Dans le cadre de cette entreprise, le/la titulaire du BTS Commerce international à référentiel commun européen remplit 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.

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

II.2. Contexte professionnel

II.2.1. Emplois concernés

Les emplois visés, très diversifiés et de statuts hétérogènes, rendent difficile un repérage exhaustif.

Le/la titulaire du BTS Commerce international à référentiel commun européen accède, en fonction de son expérience, de la taille de l'entreprise et des opportunités, à plusieurs niveaux de responsabilité. Il/Elle peut donc occuper les emplois suivants (liste non exhaustive) :

A. Dans le cadre d'une première insertion professionnelle

- Assistant(e) commercial(e) export
- Assistant(e) import
- Assistant(e) transitaire
- Assistant(e) du responsable de zone
- Assistant(e) du chef de produit
- Assistant(e) administration des ventes
- Assistant(e) aux achats à l'international.

1. Chacun des pays adopte une dénomination spécifique, la dénomination générique étant « *advanced technician in international trade* ».

B. Après une première expérience professionnelle

- Commercial(e) export
- Chargé(e) de mission à l'international
- Agent de fret
- Responsable de zone
- Chef de produit
- Responsable de l'administration des ventes
- Acheteur international
- Agent en développement commercial
- Chargé(e) de clientèle.

II.2.2. Types d'entreprises et de services

Ce métier s'exerce principalement en relation avec une clientèle de professionnels dans les domaines suivants :

- sociétés de négoce (société d'import-export, distributeur, grossiste...), y compris les entreprises du commerce électronique ;
- toute entreprise industrielle et commerciale, en particulier les PME-PMI ;
- prestataires de services (transporteur, transitaire, banques, assurances...) ;
- organismes de conseil et d'appui (chambres de commerce et d'industrie, collectivités territoriales) ;
- sociétés de services d'accompagnement à l'international.

II.2.3. Place dans les organisations

La place du titulaire du BTS Commerce international à référentiel commun européen varie en fonction des structures et des missions de l'organisation qui l'emploie :

- au sein d'une PME-PMI non structurée à l'export, il/elle dépend directement du chef d'entreprise ou du responsable commercial ;
- au sein d'une entreprise structurée à l'export, il/elle est sous la responsabilité, selon les cas, d'un responsable export, d'un responsable de zone, d'un responsable marketing et/ou commercial (France et export), d'un responsable des achats, d'un responsable d'administration des ventes... ;
- au sein d'un organisme d'appui au développement international ou d'un prestataire de services, il/elle est sous la responsabilité du chef de service concerné.

II.2.4. Environnement technique et économique de l'emploi

Les modifications de cet environnement, considérables depuis une décennie, connaissent aujourd'hui une forte accélération sous l'influence de différents facteurs :

- l'intégration continue de nouveaux pays, dans l'Union européenne, crée de nouvelles perspectives de relations commerciales et d'emplois, dans un cadre de concurrence élargi ;
- le développement technologique continu, en rapprochant les acteurs du commerce international, nécessite de nouvelles compétences et implique des qualifications accrues, notamment dans le domaine des échanges par voie électronique ;
- la mondialisation des échanges entraîne de profondes transformations dans les relations entre entreprises. Ce développement accroît la variété et la complexité des opérations de commerce international, exige la maîtrise des langues étrangères et offre de nouvelles opportunités facilitant l'insertion et la mobilité professionnelles.

Toutes ces mutations nécessitent une mise à jour continue des connaissances du titulaire du BTS Commerce international à référentiel commun européen et un maintien permanent de ses compétences.

II.2.5. Conditions générales d'exercice

Le titulaire du BTS Commerce international à référentiel commun européen exerce son activité auprès :

- de la clientèle internationale (actuelle et potentielle) de l'entreprise ;
- de ses fournisseurs étrangers (actuels et potentiels) ;
- des prestataires de services (actuels et potentiels) agissant dans le cadre des activités à l'international.

Cette activité implique :

- la maîtrise de plusieurs langues étrangères ;
- une ouverture à l’interculturel ;
- l’utilisation permanente des technologies de l’information et de la communication ;
- des déplacements à l’étranger ;
- le respect de la législation, des règles d’éthique et de déontologie.

III. Descriptif des activités

III.1. Récapitulatif des activités professionnelles confiées

Activité 1 – études et veille commerciales internationales

1. Mener une veille commerciale permanente (recherche documentaire)
2. Recueillir de l’information à l’étranger (recherche terrain)
3. Préparer la prise de décision.

Activité 2 – vente à l’export

1. Prospecter afin d’élaborer une offre adaptée
2. Vendre à l’export
3. Assurer le suivi des ventes.

Activité 3 – achat à l’import

1. Élaborer une base de données sur les fournisseurs potentiels
2. Participer au processus de négociation à l’achat
3. Assurer le suivi des achats.

Activité 4 – coordination des services supports à l’import et à l’export

1. Effectuer le montage des opérations import-export
2. Assurer le suivi documentaire des opérations import-export
3. Coordonner le contrôle de qualité et garantir l’utilisation de pratiques loyales et éthiques.

Activité 5 – gestion des relations dans leur contexte pluriculturel

1. Produire des messages en intégrant les éléments interculturels
2. Animer un réseau relationnel pluriculturel.

III.2. Tableau descriptif des activités professionnelles définies

A1 – études et veille commerciales internationales		
T1A1 – mener une veille permanente pour collecter des informations sur les marchés étrangers à partir de sources documentaires		
Informations	Procédures (à respecter) et méthodes (à utiliser)	Matériels et logiciels
<p>Informations internes Plaque d'entreprise Bases de données Notes d'informations Rapports des commerciaux Rapports d'études existants Documentation commerciale, technique, charte éthique Agendas, plannings</p> <p>Informations externes Banques de données Documentation juridique (normes, règlements, etc.) Presse professionnelle Documents sur la concurrence Informations sur les pays et les marchés Annuaire professionnels</p>	<p>Procédures Contraintes de temps, de qualité de l'information, réglementaires et éthiques, de coût de l'information Protocoles relatifs aux informations (accès, diffusion, mise à jour, confidentialité)</p> <p>Méthodes Recherche, sélection et validation de l'information en mobilisant les matériels et logiciels courants</p>	Poste de travail connecté au réseau de l'entreprise, avec un accès à l'Internet, imprimante et numériseur Télécopieur, téléphone Logiciels de bureautique, outils de travail collaboratif Protocoles d'accès aux informations Droits d'accès, abonnements à des bases de données documentaires
Résultats attendus		
<ul style="list-style-type: none"> – Un travail organisé – Une définition des priorités – Une information pertinente et actualisée sur les marchés – Le respect des budgets et des délais impartis – Un système d'information commerciale opérationnel 		
T2A1 – recueillir de l'information sur le terrain pendant ses missions à l'étranger ou en activant ses réseaux de contacts.		
Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
Descriptif de la mission Carnet d'adresses dans le pays de destination Informations socio-économico-politiques du pays Conditions climatiques, démographie, risques sanitaires Informations à qualifier Codes culturels et professionnels du pays	<p>Procédures du T1A1 plus : contraintes réglementaires du pays</p> <p>Méthodes Recherche, sélection et validation de l'information dans un contexte interculturel et dans un contexte nomade, en mobilisant les logiciels et matériels adaptés</p>	Équipement nomade (ordinateur portable, téléphone mobile, assistant personnel – PDA, GPS, etc.) équipés pour la veille commerciale Logiciel de traitement d'enquête
Résultats attendus		
<ul style="list-style-type: none"> – Une information optimale sur les nouvelles opportunités commerciales internationales recueillies sur le terrain – Un élargissement et/ou une fidélisation du réseau de contacts – Un système opérationnel d'information sur les entreprises et la détection des opportunités et menaces pour l'entreprise 		

T3A1 – constituer un dossier documentaire afin de préparer une décision commerciale		
Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
Cahier des charges Charte graphique Modèle de rapport Rapports d'études (antérieurs ou achetés à cette occasion)	Procédures Prise de décision Transmission de l'information Méthodes Analyse, exploitation, mise en forme et diffusion de l'information mobilisant les logiciels et circuits de l'information adaptés	Logiciels de bureautique Logiciel de gestion de bases de données relationnelles Logiciel de gestion de la relation client Logiciel de PréAO et de PAO Outils du travail collaboratif Logiciel de traitement d'enquête
Résultats attendus		
<ul style="list-style-type: none"> – Une proposition de plan d'action pour la collecte et le traitement d'information – Une information sélectionnée pertinente – L'élaboration d'un cahier des charges pour sous-traiter une étude – Des recommandations d'action à destination des décideurs 		
A2 – la vente à l'export		
T1A2 – prospector afin d'élaborer une offre adaptée		
Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
Descriptif des objectifs de la prospection Bases de données clients et prospects Cibles de prospection Informations sur les clients et prospects Plan d'action commerciale Programmation de l'opération Budget de l'opération Documentation technique Outils d'aide à la vente Guides d'entretien Modèles de publipostages Règles juridiques de protection de la vie privée	Procédures Utilisation de l'information client Réglementation informatique et libertés Normes de diffusion (postales, électroniques, etc.) Langue vivante des clients Méthodes En contexte international : Sélection de la cible Choix du mode de prospection Réalisation des outils de prospection Mise en œuvre de la prospection Suivi de la prospection Analyse des résultats	Logiciel de gestion de bases de données relationnelles Logiciel de gestion de la relation client Logiciel de publipostage électronique (<i>e-mailing</i>), de gestion de publipostage par télécopie (<i>fax mailing</i>), PAO Logiciel de téléprospection (<i>Telephone Computer Integration</i>)
Résultats attendus		
<ul style="list-style-type: none"> – Un fichier ciblé et qualifié de prospects – Un plan de prospection – La mise en œuvre d'une communication efficace avec les prospects – L'évaluation de la prospection – Le suivi de la prospection – Une offre adaptée 		

T2A2 – vendre à l'export		
Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
Résultats de la prospection Conditions générales de vente Tarifs Modèles de contrats Plan de vente Outils d'aide à la vente Conditions commerciales Liasse documentaire à l'export Codes culturels et professionnels du pays cible	<p>Procédures Démarche de vente de l'entreprise Contraintes commerciales (marge de négociation, réglementation...) Contraintes administratives à l'international</p> <p>Méthodes Adaptation de l'offre aux attentes du client Techniques de communication interpersonnelle (prise en compte de l'interculturel) Techniques de négociation en contexte international Prise de décision</p>	Matériel informatique nomade, téléphone, logiciel de création des offres Site de commerce électronique (e-commerce), logiciel de gestion des catalogues en ligne Logiciel de gestion de la relation client
Résultats attendus		
<ul style="list-style-type: none"> – Un plan de négociation – Des supports de négociation – La conduite maîtrisée de l'entretien de vente – La préparation d'un contrat qui formalise l'accord 		
T3A2 – assurer le suivi des ventes		
Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
Contrat commercial Contrats avec les prestataires de service Planigramme Procédures internes de traitement des commandes Traçage de la commande Signalement des incidents Indicateurs de qualité Dossier client	<p>Procédures Suivi des commandes Traçabilité et signalement des incidents Gestion des incidents et conflits, voire contentieux Remontée d'information (<i>reporting</i>) Règles d'éthique</p> <p>Méthodes Gestion des risques, gestion des incidents, prise de décision, fidélisation</p>	Logiciel d'échange de données informatisé (EDI) Logiciel de logistique Logiciels de gestion de la relation client
Résultats attendus		
<ul style="list-style-type: none"> – Le suivi et la gestion des commandes – La gestion des incidents – Un service de qualité offert au client – La mise à jour du fichier client et du système d'information commerciale 		

A3 – l’achat à l’import

T1A3 – élaborer une base de données sur les fournisseurs potentiels

Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
<p>Information internes Base des fournisseurs référencés Cahier des charges de l’offre d’achat Conditions générales d’achat</p> <p>Informations externes Annuaire, portails, sites de sourcing (<i>sourcing</i>) Normes et réglementation du marché concerné Données tirées de tiers certificateurs pour les fournisseurs et pour le pays Informations interculturelles</p>	<p>Procédures Procédures d’achat et d’appel d’offres (contraintes de temps, de qualité de l’information, réglementaires et éthiques, et de coût) Référencement</p> <p>Méthodes Les méthodes de sélection, de validation et de mise en forme de l’information mobilisant les logiciels adaptés</p>	<p>Logiciel de bases de données relationnelles (SGBDR) avec accès aux fournisseurs, Liaison internet Droits d’accès sur les portails et sites d’approvisionnement en ligne (<i>e-procurement</i>) Sites d’information sur les pays et sur les sociétés Cédérom de textes réglementaires</p>

Résultats attendus

- Une identification des fournisseurs potentiels
- La création d’une base de fournisseurs potentiels
- La présélection des fournisseurs potentiels
- La mise à jour de la base de données fournisseurs

T2A3 – participer au processus de négociation à l’achat

Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
<p>Cahier des charges de l’offre d’achat Liste des fournisseurs présélectionnés Offres reçues Réglementation des marchés (douane) Outils d’aide à l’achat Conditions générales d’achat Codes culturels et professionnels des pays sources</p>	<p>Procédures Passation d’offre Référencement</p> <p>Méthodes Sélection, validation des offres des fournisseurs, méthode des scores Méthodes de négociation à l’achat</p>	<p>Droits d’accès à des places de marché Tableur Logiciels et droits d’accès à des sites d’appels d’offres internationaux</p>

Résultats attendus

- L’élaboration et la diffusion d’un appel d’offre, d’une demande d’offre
- Une analyse des offres reçues
- Une préparation optimale de la réunion d’achat
- La préparation de la décision de choix des fournisseurs

T3A3 – assurer le suivi des achats		
Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
Tableau de suivi des achats Indicateurs de performance Base de données fournisseurs Contrats d'achat	<p>Procédures Exécution du contrat Gestion des incidents</p> <p>Méthodes Suivi administratif de la livraison Évaluation de la performance des fournisseurs</p>	Logiciel de gestion de la chaîne logistique (<i>supply chain</i>), de filtrage des données (<i>scoring</i>), de traçage des commandes Messagerie électronique Téléphone, télécopieur
Résultats attendus		
<ul style="list-style-type: none"> – Une coordination et une réalisation efficaces de la commande – Une gestion satisfaisante des incidents – Une évaluation de l'efficacité de la prestation des fournisseurs – Une mise à jour de la base de données fournisseurs 		
A4 – la coordination des services supports à l'import et à l'export		
T1A4 – choisir des prestataires		
Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
<p>Informations internes Base des prestataires existants Contrat principal à exécuter Procédures d'achat ou de vente de l'entreprise</p> <p>Informations externes Offres de services des prestataires Informations sur les prestataires issues de tiers certificateurs Annuaire professionnels</p>	<p>Procédures Recrutement des partenaires (contraintes de temps, de qualité de l'information, réglementaires et éthiques et de coût) Rédaction des contrats de prestation Normes et règlements en vigueur Charte éthique de l'entreprise</p> <p>Méthodes Méthodes de sélection, de validation et de recrutement des prestataires, prise de décision mobilisant les outils adaptés</p>	Sites et portails de prestataires du commerce international Logiciel de gestion électronique de documents (GED) Cédérom de textes réglementaires
Résultats attendus		
<ul style="list-style-type: none"> – Le choix du prestataire de service approprié et fiable pour toutes les opérations qui doivent être externalisées – Un suivi adéquat des activités du prestataire de service 		

T2A4 – assurer la gestion documentaire des opérations		
Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
Liasse documentaire Contrat principal Choix de l'entreprise en matière d'assurances, de transports, de financement, de risques de change Indicateurs de performance	Procédures Gestion documentaire des opérations d'import ou d'export Normes (qualité) Règles éthiques Méthodes Choix des incoterms et calcul des coûts associés, prise en compte des contraintes juridiques, prise de décision	Logiciels de gestion électronique de documents (GED), de gestion de la chaîne logistique (<i>supply chain</i>), d'échange de données informatisé (EDI ou Web EDI)
Résultats attendus		
<ul style="list-style-type: none"> – Une gestion efficace et permettant une traçabilité des activités d'achat et de vente – Un échange d'informations avec les intervenants internes et externes permettant d'optimiser la communication et le traitement des commandes 		
T3A4 – assurer le suivi des activités supports		
Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
Signalement des incidents Contrats de prestataires de services Documents de suivi des opérations Planigramme (ou diagramme de Gantt) de suivi des opérations Documents commerciaux Base de données sur les prestataires de services	Procédures Contrôle qualité Suivi des opérations Gestion et résolution des incidents Méthodes Gestion de projet, management des sous-traitants, management des risques, prise de décision	Logiciel de gestion de la chaîne logistique (<i>supply chain</i>) Messagerie électronique Téléphone, télécopieur
Résultats attendus		
<ul style="list-style-type: none"> – Une gestion efficace des opérations suivies – Des partenaires et des processus de travail répondant aux critères de qualité et aux normes internationales – Le respect des bonnes pratiques professionnelles – Un échange optimal d'informations afin de créer des processus de travail et un rendement efficaces 		

A5 – la gestion des relations dans leur contexte socioculturel

T1A5 – produire des messages en intégrant le contexte socioculturel de la relation

Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
Objectifs de la mission Données interculturelles à caractère professionnel Bases de données du réseau (organisations, partenaires, personnels) Données socioculturelles Charte graphique, modèles d'écrits professionnels Descriptif précis de la relation	Procédures Codes professionnels et culturels du pays Protocoles de communication de l'entreprise et des partenaires Méthodes Techniques de communication interpersonnelles et de groupe dans un contexte pluriculturel en LVE	Logiciels de bureautique Logiciels de gestion de bases de données relationnelles Cédérom de modèles d'écrits professionnels Téléphone Télécopieur, imprimante Dictionnaires professionnels

Résultats attendus

- Une bonne compréhension des pratiques professionnelles et de l'environnement socioéconomique et culturel des pays
- Une diffusion de l'information utile sur les pratiques commerciales des différents pays auprès des collaborateurs concernés
- Une communication adaptée aux personnes et aux situations
- Une communication efficace, en langues étrangères, dans les relations d'affaires intégrant les codes et les normes du pays étranger concerné

T2A5 – animer un réseau relationnel pluriculturel

Informations	Procédures et méthodes	Matériels et logiciels
Bases de données du réseau (organisations, partenaires, personnels) Descriptif précis de la relation (objectifs, moyens matériels, humains) Budget de l'opération Indicateurs de performance Tableaux de bord ou de suivi des partenaires	Procédures Contraintes de temps et de coût Protocoles relationnels Codes de communication interculturels Méthodes Animation, techniques d'entretien, conduite de réunion, organisation d'événements, communication persuasive en LVE	Logiciel de PréAO Messagerie Logiciel de gestion de bases de données relationnelles Vidéoprojecteur, sonorisation Logiciels de bureautique Outils du travail collaboratif

Résultats attendus

- Une base de données des contacts opérationnelle et à jour
- Un réseau de contacts actif et fiable

Référentiel commun de certification

Tableau descriptif des unités de certification définies en commun

Unités de certification	Compétences professionnelles	Attitudes professionnelles	Savoirs
UC1 – marketing international			
UC11 – étude commerciale et approche des marchés étrangers	<p>UC11S1 – mener une veille commerciale permanente (recherche documentaire), collecter l’information à l’étranger, s’assurer de sa fiabilité et de sa pertinence au regard de la recherche</p> <p>UC11S2 – analyser et sélectionner l’information commerciale et repérer les contraintes réglementaires sur les marchés étrangers</p> <p>UC11S3 – élaborer le cahier des charges pour sous-traiter des études et assurer le suivi de sa mise en œuvre sur le marché étranger</p> <p>UC11S4 – formuler des recommandations pour établir un plan d’action opérationnel conforme à la politique commerciale de l’entreprise et aux conclusions de l’analyse diagnostique du marché étranger</p> <p>UC11S5 – analyser et établir la synthèse de l’information collectée</p>	<p>UC11WC1 – organiser les priorités de travail, établir le planning de travail et être autonome dans l’organisation de son travail</p> <p>UC11WC2 – être attentif aux opportunités et aux menaces détectées dans l’environnement</p> <p>UC11WC3 – adopter un mode de raisonnement commercial</p>	<p>1 Marketing international</p> <p>1.1 Démarche marketing</p> <p>1.2 Principes et structures du marché</p> <p>1.3 Plan marketing</p> <p>1.4 Veille et études de marché</p> <p>1.5 Analyse diagnostique à l’export</p> <p>1.6 Stratégies d’internationalisation</p> <p>1.7 Réseaux supports pour l’internationalisation</p> <p>2 Environnement informatique</p> <p>2.1 Techniques de recherche d’informations</p> <p>3 Environnement</p> <p>3.1 Économie</p> <p>3.1.1 Indicateurs économiques, humains et sociaux</p> <p>3.1.2 Indicateur du développement et des échanges à l’international</p> <p>3.1.3 Adaptation de l’économie nationale au sein de l’économie internationale</p> <p>3.1.4 Principes d’organisation des échanges internationaux</p> <p>3.1.5 Tendances principales des échanges mondiaux</p> <p>3.2 Géopolitique</p> <p>3.2.1 Zones particulières</p> <p>3.2.2 Notation et risques pays</p> <p>3.2.3 Identités</p> <p>3.2.4 Ressources naturelles et humaines</p> <p>3.3 Environnement réglementaire et juridique</p> <p>3.3.1 Système juridique</p> <p>3.3.2 Champ de réglementation (normes, certification, échanges de règlements)</p> <p>3.3.3 Cadre juridique international</p> <p>3.3.4 Réglementations douanières et fiscales</p> <p>4 Outils de gestion</p> <p>4.1 Analyse statistique (statistiques descriptives et méthodes de prévision)</p>

Unités de certification	Compétences professionnelles	Attitudes professionnelles	Savoirs
			5 Communication 5.1 Communication professionnelle écrite (outils de communication interne)
UC12 – système d'information commerciale	UC12S1 – utiliser les techniques appropriées pour collecter l'information disponible sous tous supports UC12S2 – organiser et évaluer le processus de collecte et de traitement de l'information UC12S3 – utiliser et mettre à jour une base de données de contacts d'affaires UC12S4 – mettre à jour et enrichir régulièrement le système d'information commerciale UC12S5 – communiquer pour préparer la décision	UC12WC1 – mener une veille informationnelle méthodique	2 Environnement informatique 2.2 Composantes et fonctionnalités d'une configuration informatique 2.3 Outils de communication électronique 2.4 Protection des données 2.5 Base de données clients et prospects 5 Communication 5.2 Coût et efficacité de l'information 5.3 Management de l'information
UC2 – vente export			
UC21 – prospection et suivi des clients / partenaires	UC21S1 – identifier et sélectionner les cibles en accord avec les caractéristiques spécifiques des marchés étrangers UC21S2 – évaluer les potentialités des clients actuels UC21S3 – organiser la prospection et communiquer avec les clients potentiels UC21S4 – analyser, évaluer et suivre la prospection UC21S5 – constituer, gérer et mettre à jour un réseau de contacts pertinent et pluriculturel UC21S6 – animer un réseau de vente et un portefeuille de clients	UC21WC1 – communiquer avec les contacts, utiliser et élargir le réseau de contacts professionnels UC21WC2 – être loyal et prendre en considération les intérêts de l'entreprise UC21WC3 – travailler en équipe	1 Marketing international 1.8 Plan de prospection 1.9 Analyse de la demande sur le marché 1.10 Analyse commerciale et financière des clients et des prospects 1.11 La qualité du service au client 1.12 Réseaux de distribution 5 Communication 5.4 Communication interpersonnelle (communication verbale, non verbale, techniques de conduite d'entretiens en face-à-face et au téléphone) 5.5 Communication écrite (outils de communication externe) 6 Langues étrangères

Unités de certification	Compétences professionnelles	Attitudes professionnelles	Savoirs
UC22 – négociation	UC22S1 – rédiger une offre adaptée UC22S2 – préparer et organiser la mission de vente UC22S3 – négocier en langue étrangère avec des clients/partenaires étrangers	UC22WC1 – pratiquer l’écoute active et l’empathie	1 Marketing international 1.13. Définition et adaptation d’une offre commerciale (produit/service) 7 Négociation 7.1 Stratégies et techniques de négociation 7.2 Outils d’aide à la vente (argumentaires, supports de vente...) 7.3 Rapports et comptes rendus commerciaux 4 Outils de gestion 4.2 Coûts, marges, prix et tarifs douaniers 4.3 Analyse statistique des ventes 4.4 Analyse de la valeur client 4.5 Budget de trésorerie et de vente 4.6 Facturation, TVA 6 Langues étrangères
UC3 – achat à l’import			
UC31 – sélectionner les sources pour identifier les fournisseurs potentiels	UC31S1 – identifier les fournisseurs potentiels UC31S2 – sélectionner les fournisseurs potentiels	UC31WC1 – préparer un plan de travail et une liste de priorités UC31WC2 – S’assurer du respect des normes et des standards de qualité	8 Marketing achat 8.1 Politique d’achat 8.2 Circuits et réseaux d’approvisionnement 8.3 Principes de fonctionnement des places de marchés, des plates-formes d’achats, des enchères en ligne 8.4 Modalités de recherche de fournisseurs potentiels 8.5 Critères de choix de fournisseurs potentiels
UC32 – organiser la négociation	UC32S1 – envoyer la demande d’offre aux fournisseurs présélectionnés UC32S2 – préparer et organiser la négociation avec un fournisseur étranger UC32S3 – évaluer les offres et les fournisseurs	UC32WC1 –adopter une attitude loyale et savoir préserver les intérêts de son entreprise	8 Marketing achat 8.6 Processus d’achat : identification des besoins et des spécifications 8.7 Appel d’offre international – demande d’offre 8.8 Régimes douaniers et gestion des risques 8.9 Outils et méthodes d’évaluation et de comparaison des offres et des fournisseurs 8.10 Contrat d’achat 8.11 Conditions générales de vente 4 Outils de gestion 4.7 Gestion des approvisionnements 4.8 Composantes du coût de revient à l’import 4.9 Budgets des approvisionnements et des achats 4.10 Modalités d’évaluation de la

Unités de certification	Compétences professionnelles	Attitudes professionnelles	Savoirs
			performance des fournisseurs 7 Négociation 7.4 Négociation à l'achat
UC4 – management et gestion des opérations du commerce international			
UC41 – sélectionner des prestataires de service pour les opérations de commerce international	<p>UC41S1 – identifier et rechercher des prestataires de service pour les opérations du commerce international (assurance, logistique, finance)</p> <p>UC41S2 – réaliser une analyse qualitative et quantitative des différents prestataires de service en fonction de critères établis</p> <p>UC41S3 – évaluer les performances des prestataires de service</p> <p>UC41S4 – communiquer et négocier avec des prestataires de services potentiels</p> <p>UC41S5 – fournir les éléments nécessaires aux services compétents de l'entreprise afin d'établir des contrats de partenariat ou de prestation de services</p>		<p>2 Environnement informatique</p> <p>2.7 Outils logiciels de gestion des opérations de commerce international</p> <p>2.8 EDI (échange de données informatisé) et Web EDI</p> <p>9 Management</p> <p>9.1 Décision et processus de prise de décision</p> <p>9.2 Management de projet</p> <p>10 Techniques du commerce international</p> <p>10.1 Prestataires de service des opérations internationales</p> <p>10.2 Critères de choix de prestataires potentiels</p> <p>10.3 Choix entre l'externalisation et l'internalisation des opérations de commerce international</p> <p>10.4 Suivi des prestataires sélectionnés</p>
UC42 – assurer le suivi documentaire des opérations	<p>UC42S1 – coordonner l'administration des ventes et des achats</p> <p>UC42S2 – réaliser le suivi de la chaîne documentaire (import et export)</p> <p>UC42S3 – définir et appliquer des solutions alternatives et adaptées afin de surmonter les difficultés rencontrées</p> <p>UC42S4 – réaliser le contrôle de qualité</p> <p>UC42S5 – assurer la gestion de la qualité de service clients (<i>Service Relationship Management, SRM</i>)</p>	<p>UC42WC1 – s'assurer du bon déroulement des opérations en mettant en œuvre les procédures appropriées, éviter les problèmes et les conflits</p> <p>UC42WC2 – allouer de manière optimale le temps et les ressources</p> <p>UC42WC3 – établir des relations stables avec les partenaires pertinents</p>	<p>10 Techniques du commerce international</p> <p>10.5 Logistique internationale</p> <p>10.6 Incoterms</p> <p>10.7 Moyens de transport, tarification, choix et contrats</p> <p>10.8 Gestion de la chaîne documentaire des opérations internationales</p> <p>10.9 Moyens et techniques de paiement</p> <p>10.10 Modes de financement des opérations commerciales courantes (à l'export et à l'import)</p> <p>10.11 Gestion des procédures douanières</p> <p>10.12 Modes de couverture des risques (commercial et politique, transport, non-conformité...)</p> <p>10.13 Contrats de vente et de distribution dans un contexte international</p>

Unités de certification	Compétences professionnelles	Attitudes professionnelles	Savoirs
			10.14 Politique de prix 10.15 Gestion des incidents 10.16 Propriété intellectuelle, brevets et marques 4 Outil de gestion 4.11 Gestion des comptes clients et gestion de trésorerie 4.12 Tableaux de bord 4.13 Mathématiques financières 9 Management 9.3 Planification et gestion du temps
UC5 – gérer les relations dans un contexte pluriculturel			
UC51 – langue étrangère des affaires A	UC51S1 – cadre européen de référence pour les langues – niveau B2		
UC52 – langue étrangère des affaires B	UC52S1 – cadre européen de référence pour les langues – niveau B1		
UC53 – management et communication interculturels	UC53S1 – rassembler, analyser et sélectionner des informations sur les processus décisionnels et les méthodes de négociation dans différents pays UC53S2 – rassembler des informations sur les pratiques sociales et culturelles afin de communiquer efficacement avec les contacts étrangers UC53S3 – intégrer, appliquer et enrichir le réseau multiculturel de contacts étrangers UC53S4 – animer, stimuler et gérer le réseau de vente et des contacts	UC53WC1 – tirer profit de l’expérience, mettre en œuvre les bonnes pratiques UC53WC2 – prendre en considération les différences culturelles du monde des affaires	11 Management et communication interculturels 11.1 Modèles de communication interculturelle 11.2 Modèles de management interculturel 11.3 Management d’équipes multiculturelles (communication interpersonnelle, réunions, communication de groupe) 11.4 Pratiques culturelles (coutumes) 3 Environnement 3.3.5 Cadre juridique des relations du travail pour les individus et les groupes (Code du travail) 1 Marketing international 1.13 Animation des réseaux de vente (agents, importateurs, distributeur final, équipes virtuelles, rémunération, motivation, stimulation, contrôle)

Tableau de passage du référentiel commun de certification au référentiel français de certification

Correspondance unités de certification (UC) définies en commun et unités de certification (UC) France

Unités de certification définies en commun	Unités de certification France
UC1 – marketing international	UC4 – études et veille commerciales
UC11 – étude commerciale et approche des marchés étrangers + UC6 – économie et droit internationaux	UC41 – analyse diagnostique des marchés étrangers
UC12 – système d’information commerciale	UC42 – exploitation du système informatique
UC2 – vente à l’export	UC5 – vente à l’export
UC21 – prospection et suivi des clients/partenaires + UC53 – management et communication interculturels	UC51 – prospection et suivi de clientèle
UC22 – négociation	UC52 – négociation – vente
UC3 – achat à l’import + UC4 – management et gestion des opérations de commerce international	UC6 – gestion des opérations import-export
UC31 – sélection des sources pour identifier les fournisseurs potentiels + UC41 – sélection des prestataires de service pour les opérations de commerce international	UC61 – montage des opérations d’import-export
UC32 – organisation de la négociation + UC42 – assurer le suivi documentaire des opérations	UC62 – conduite des opérations d’import-export
UC51 – langue étrangère des affaires A + UC52 – langue étrangère des affaires B	UC2 – langues vivantes étrangères
UC6 – économie et droit	UC3 – économie – droit
	UC1 – culture et expression françaises

Référentiel français de certification¹

Unités constitutives du diplôme	Compétences professionnelles	Attitudes professionnelles
UC4 – études et veille commerciales		
<p>UC41 – analyse diagnostique des marchés étrangers</p>	<p>UC41CP1 – mener une veille commerciale permanente (recherche documentaire), collecter l’information à l’étranger, s’assurer de sa fiabilité et de sa pertinence au regard de la recherche</p> <p>UC41CP2 – analyser et sélectionner l’information commerciale et repérer les contraintes réglementaires sur les marchés étrangers</p> <p>UC41CP3 – élaborer le cahier des charges pour sous-traiter des études et assurer le suivi de sa mise en œuvre sur le marché étranger</p> <p>UC41CP4 – formuler des recommandations pour établir un plan d’action opérationnel conforme à la politique commerciale de l’entreprise et aux conclusions de l’analyse diagnostique du marché étranger</p> <p>UC41CP5 – analyser l’information collectée et en établir la synthèse</p>	<p>UC41AP1 – organiser les priorités de travail, établir le planning de travail et être autonome dans l’organisation de son travail</p> <p>UC41AP2 – être attentif aux opportunités et aux menaces détectées dans l’environnement</p> <p>UC41AP3 – adopter un mode de raisonnement commercial</p>
<p>UC42 – exploitation du système informatique</p>	<p>UC42CP1 – utiliser les techniques appropriées pour collecter l’information disponible sous tous supports</p> <p>UC42CP2 – Organiser et évaluer le processus de collecte et de traitement de l’information</p> <p>UC42CP3 – utiliser et mettre à jour une base de données de contacts d’affaires</p> <p>UC42CP4 – mettre à jour et enrichir régulièrement le système d’information commerciale</p> <p>UC42CP5 – communiquer pour préparer la décision</p>	<p>UC42AP1 – mener une veille informationnelle méthodique</p>

1. Les savoirs associés détaillés sont précisés à la suite de ce tableau.

Unités constitutives du diplôme	Compétences professionnelles	Attitudes professionnelles
UC5 – vente à l’export		
<p>UC51 – prospection et suivi de clientèle</p>	<p>UC51CP1 – identifier et sélectionner les cibles en accord avec les caractéristiques spécifiques des marchés étrangers</p> <p>UC51CP2 – évaluer les potentialités des clients actuels</p> <p>UC51CP3 – organiser la prospection et communiquer avec les clients potentiels</p> <p>UC51CP4 – analyser, évaluer et suivre la prospection</p> <p>UC51CP5 – constituer, gérer et mettre à jour un réseau de contacts pertinent et pluriculturel</p> <p>UC51CP6 – animer un réseau de vente et un portefeuille de clients</p> <p>UC51CP7 – rassembler, analyser et sélectionner des informations sur les processus décisionnels et les méthodes de négociation dans différents pays</p> <p>UC51CP8 – rassembler des informations sur les pratiques sociales et culturelles afin de communiquer efficacement avec les contacts étrangers</p> <p>UC51CP9 – intégrer, mettre en œuvre et enrichir le réseau multiculturel de contacts étrangers</p> <p>UC51CP10 – animer, stimuler et gérer le réseau de vente et des contacts</p>	<p>UC51AP1 – communiquer avec les contacts, utiliser et élargir le réseau de contacts professionnels</p> <p>UC51AP2 – être loyal et prendre en considération les intérêts de l’entreprise</p> <p>UC51AP3 – travailler en équipe</p> <p>UC51AP4 – tirer profit de l’expérience, mettre en œuvre les bonnes pratiques</p> <p>UC51AP5 – prendre en considération les différences culturelles du monde des affaires</p>
<p>UC52 – négociation – vente</p>	<p>UC52CP1 – rédiger une offre adaptée</p> <p>UC52CP2 – préparer et organiser la mission de vente</p> <p>UC52CP3 – négocier en langue étrangère avec des clients/partenaires étrangers</p>	<p>UC52AP1 – pratiquer l’écoute active et l’empathie</p>

Unités constitutives du diplôme	Compétences professionnelles	Attitudes professionnelles
UC6 – gestion des opérations import-export		
<p>UC61 – montage des opérations d'import-export</p>	<p>UC61CP1 – identifier les fournisseurs potentiels</p> <p>UC61CP2 – sélectionner les fournisseurs potentiels</p> <p>UC61CP3 – identifier et rechercher des prestataires de service pour les opérations du commerce international (assurance, logistique, finance)</p> <p>UC61CP4 – réaliser une analyse qualitative et quantitative des différents prestataires de service en fonction de critères établis</p> <p>UC61CP5 – évaluer les performances des prestataires de service</p> <p>UC61CP6 – communiquer et négocier avec des prestataires de service potentiels</p> <p>UC61CP7 – fournir les éléments nécessaires aux services compétents de l'entreprise afin d'établir des contrats de partenariat ou de prestation de service</p>	<p>UC61AP1 – préparer un plan de travail et une liste de priorités</p> <p>UC61AP2 – s'assurer du respect des normes et des standards de qualité</p>
<p>UC62 – conduite des opérations d'import-export</p>	<p>UC62CP1 – envoyer la demande d'offre aux fournisseurs présélectionnés</p> <p>UC62CP2 – préparer et organiser la négociation avec un fournisseur étranger</p> <p>UC62CP3 – évaluer les offres et les fournisseurs</p> <p>UC62CP4 – coordonner l'administration des ventes et des achats</p> <p>UC62CP5 – réaliser le suivi de la chaîne documentaire (import et export)</p> <p>UC62CP6 – définir et appliquer des solutions alternatives et adaptées afin de surmonter les difficultés rencontrées</p> <p>UC62CP7 – réaliser le contrôle de qualité</p> <p>UC62CP8 – assurer la gestion de la qualité de service clients (<i>Service Relationship Management, SRM</i>)</p>	<p>UC62AP1 – adopter une attitude loyale et savoir préserver les intérêts de son entreprise</p> <p>UC62AP2 – s'assurer du bon déroulement des opérations en mettant en œuvre les procédures appropriées, éviter les problèmes et les conflits</p> <p>UC62AP3 – allouer de manière optimale le temps et les ressources</p> <p>UC62AP4 – établir des relations stables avec les partenaires pertinents</p>

Savoirs associés

S1 – étude et veille commerciale internationales

Savoirs	Limites de connaissances
S11 – marketing international	
S11.1 – la démarche marketing	Concept de marketing, objectifs, évolution Concept de marketing stratégique et de marketing opérationnel
S11.2 – structure et fonctionnement d'un marché	Composantes d'un marché en termes d'offre : notion de concurrence directe et de concurrence élargie, situations concurrentielles Composantes d'un marché en termes de demande (analyse de la demande, différents clients, processus d'achat et comportements d'achats) Agrégats et ratios d'analyse de marché Identification des circuits et des réseaux de distribution (formes de distribution finale et intermédiaire) Identification des vecteurs de la communication commerciale Différents environnements d'un marché
S11.3 – plan marketing	Composantes et cohérence d'un plan de marchéage Concept de produit et /ou de service
S11.4 – veille	Principes et enjeux de l'intelligence économique Outils et méthodes de veille (dont étalonnage ou <i>benchmarking</i>) Sources d'informations spécifiques à l'international Veille concurrentielle, commerciale, économique, technologique, juridique et réglementaire Système d'information marketing (SIM) : définition, utilité, composantes
S11.5 – études de marché	Principales techniques d'étude de marché Spécificités des études internationales Contenu d'un cahier des charges Contenu d'une étude pays et méthodologie d'une étude pays Risques pays (politiques et commerciaux) Contenus et méthodologie d'une étude documentaire sectorielle Contenu et méthodologie des études <i>ad hoc</i>
S11.6 – diagnostic export	Contenu et méthodologie d'un diagnostic interne export (bilan forces/faiblesses) Finalités du diagnostic externe, bilan menaces/opportunités Tableau de synthèse des diagnostics interne et externe (grille forces/faiblesses/opportunités/menaces ou <i>SWOT</i>)
S11.7 – stratégie d'internationalisation	Processus et stratégies de développement à l'international Critères de sélection de marchés Matrice de sélection de marchés
S11.8 – réseaux de soutien à l'internationalisation	Dispositifs d'appui au développement international des entreprises

Savoirs	Limites de connaissances
S12 – géopolitique	
S12.1 – environnement géopolitique	Situations géographiques : diversité, équipements et infrastructures, ressources naturelles Caractéristiques sociales et politiques d'un marché-pays : nationales, régionales, linguistiques, religieuses, démographiques, ethniques, institutionnelles et politiques Indicateurs du risque pays
S12.2 – grandes zones géopolitiques	Identification, spécificités et évolution des zones géopolitiques
S13 – outils de gestion commerciale	
S13.1 – statistiques descriptives	Séries statistiques simples et doubles Présentation des données, tableaux et graphiques Lecture et interprétation des données chiffrées d'études de marché Caractéristiques de tendance centrale et de dispersion Pourcentages, indices simples Notion et interprétation d'indices synthétiques (indices de prix, indices de volume) Séries chronologiques et variations saisonnières Méthodes de prévision
S13.2 – gestion du temps	Principes et outils
S14 – communication	
S14.1 – communication écrite (en relation avec les enseignements de LVE)	Courriers commerciaux Note de synthèse Compte rendu Rapport
S15 – droit spécifique au commerce international	
S15.1 – approche des différents cadres juridiques internationaux	Droit spécifique du commerce international (conventions internationales bilatérales et multilatérales, <i>Lex mercatoria</i>) Principaux systèmes juridiques (<i>Common Law</i> , <i>Civil Law</i> , autres)

S2 – informatique commerciale

Savoirs	Limites de connaissances
S2.1 – le système d'information et les technologies de l'information	Modélisation des processus, typologie des organisations informatiques (monoposte, réseaux fermés, réseaux ouverts) Architecture du système informatique d'une entreprise (matériel, logiciel) Systèmes d'exploitation, poste de travail (ergonomie et organisation), format des données, stockage et archivage Réseaux informatiques (LAN, WAN), notions d'intranet, d'extranet
S2.2 – techniques de recherche d'informations	Organisation des systèmes d'information, qualification de l'information Notions de portail, site, banque de données, moteur de recherche Gestion documentaire, thésaurus et indexation Méthodes d'accès : protocole d'interrogation de moteur de recherche Composantes du coût de l'information Critères d'efficacité de l'information recueillie
S2.3 – utilisations professionnelles des logiciels bureautiques (en liaison avec la communication écrite)	Texteur : fonctions de base et avancées (feuilles de style, suivi des modifications, protection des documents, partage de documents, liaisons avec les autres logiciels, gestion des objets) Tableur : fonctions de base et avancées (dictionnaire des noms, tableau d'analyse, graphiques, fonctions, tableaux croisés dynamiques) PréAO : fonctions de base et avancées (modèles, feuilles de styles, charte graphique, animations, présentation en étoile, intégration de son, image, vidéo, diffusion)
S2.4 – outils de communication électronique	Messagerie électronique (client de messagerie, webmail) Fonctionnalités et logiciels de travail collaboratif (gestionnaires de tâches, agendas partagés, plates-formes collaboratives, Forum, Wiki, blogs, audio- et vidéoconférences) Informatique nomade (fonctionnalités des PDA, téléphonie, GPS ; synchronisation des données) Gestion électronique des documents (GED), échange de données informatisé et web-échange de données informatisé, efficacité et réactivité au service du consommateur (<i>Efficient Consumer Response</i>)
S2.5 – bases de données	Bases de données : principes et fonctions (normes de construction des bases de données, standardisation des données) Système de gestion de bases de données (SGBD), fonctions de base (modèle relationnel, tables, relations, format des données, requêtes simples et croisées, extractions, vues, modifications de la structure)
S2.6 – protection des données	Sécurisation d'accès aux données (procédures, gestion des droits d'accès...) Transferts d'informations (cryptage, procédures de transfert...)

S3 – prospection et suivi de clientèle

Savoirs	Limites de connaissances
S31 – marketing international	
S31.1 – concept et particularités du marketing international	Spécificités du plan de marchéage à l'international Politiques marketing à l'international (marketing standardisé, adapté, mixte)
S31.2 – segmentation, ciblage, positionnement	Segmentation : concept, objectifs et démarche (critères, conditions d'efficacité, techniques de segmentation 20/80, ABC, RFM...) Critères de choix des cibles et stratégies de marché Positionnement : concept, critères, sélection d'un positionnement (lecture de cartes perceptuelles)
S31.3 – prospection internationale	Techniques de prospection internationale (manifestations commerciales, missions individuelles et collectives, marketing direct et internet) Outils de prospection internationale Structure d'un budget de prospection Aides à la prospection internationale
S31.4 – politique d'offre à l'international (produit, prix)	Politique de produit à l'international (dimension technique et commerciale) Politique de prix à l'international et méthodes de fixation de prix Qualité du service au client
S31.5 – politique de présence à l'étranger	Critères de choix d'un mode de présence Modes d'accès aux marchés étrangers : typologie, caractéristiques Prise en compte des particularités de l'appareil commercial du pays cible Critères de choix des intermédiaires Outils et techniques d'animation des réseaux de vente
S31.6 – politique de communication internationale	Spécificités de la communication à l'international Outils et actions de la communication internationale
S32 – outils de gestion commerciale	
S32.1 – éléments d'appréciation de la valeur d'un partenaire	Composantes d'un bilan Composantes d'un compte de résultat Notion de cycle d'exploitation Interaction entre fonds de roulement, besoin en fonds de roulement et trésorerie nette Ratios d'activité (rotation des stocks, durée de crédit clients et fournisseurs) Ratios de performance (taux de marge commerciale, taux de marge bénéficiaire, taux de marge brute, rentabilité financière, rentabilité économique, ratios de solvabilité) Tableaux de bord
S32.2 – éléments de suivi de l'activité commerciale	Outils d'analyse des ventes Outils d'analyse de la performance commerciale (équipe commerciale et partenaires) Principales fonctionnalités des logiciels de gestion commerciale Principales fonctionnalités des logiciels de gestion de la relation clients
S32.3 – budgets	Budget des ventes Budget de trésorerie

Savoirs	Limites de connaissances
S33 – communication	
S33.1 – communication interpersonnelle	Caractéristiques de la communication interpersonnelle (communication verbale, non verbale, contexte, rétroaction, facteurs de perturbation, comportements facilitateurs, évaluation) Techniques de conduite d’entretiens en face-à-face et au téléphone
S34 – droit spécifique au commerce international	
S34.1 – protection internationale de la propriété intellectuelle	Brevets, marques, dessins et modèles, droits d’auteur
S34.2 – contrats de distribution à l’international	Contrats types (distribution exclusive, agence, franchise, cession de savoir-faire, cession de brevet) Contrats de distribution et respect du droit de la concurrence

S4 – communication et management interculturel

Savoirs	Limites de connaissances
S41 – communication	
S41.1 – communication de groupe (en relation avec les enseignements de management des organisations interculturelles)	Styles de relation et d’autorité dans les groupes Techniques de gestion de réunions Conditions d’efficacité de la prise de parole en public
S42 – management interculturel des organisations	
S42.1 – concepts de base de l’analyse interculturelle	Concept de culture Composantes d’une culture nationale, stéréotypes Grilles d’analyse culturelle
S42.2 – communication et négociation interculturelle (en relation avec l’enseignement de LVE et de communication et négociation commerciale)	Identification des styles de management Identification des styles de négociation
S42.3 – approche socioculturelle (en relation avec l’enseignement de langue vivante)	Caractéristiques de la vie quotidienne (habitat, alimentation, loisirs…) et des structures sociales et familiales Particularités des relations au travail (conditions et temps de travail, représentation professionnelle) Protocole des affaires, codes et usages culturels en milieu professionnel
S42.4 – culture et pratiques managériales (en relation avec l’enseignement de LVE)	Pratiques dominantes par pays ou par zone (styles de management et cultures nationales) Gestion des équipes multiculturelles (gestion des différences culturelles, gestion des rapports de force et des conflits)

S5 – négociation vente

Savoirs	Limites de connaissances
S51 – négociation	
S51.1 – éléments constitutifs du prix	Calculs commerciaux de base (taux de marge, taux de marque, coefficient multiplicateur) Hiérarchie des coûts Notion de coût complet et de coût partiel Calcul du coût de revient export Coûts fixes et coûts variables, compte de résultat différentiel, seuil de rentabilité Coût marginal Calcul du prix à l'export Mode d'élaboration des tarifs export
S51.2 – présentation de l'offre	Démarche d'analyse de la demande d'offre Présentation de l'offre (contenu de l'offre et présentation matérielle, pro forma)
S51.3 – techniques de négociation	Caractéristiques d'une négociation vente Stratégies de négociation Plan de négociation, de la préparation au suivi de la vente Notion de marges de négociation Plan de découverte Outils d'aide à la vente Argumentaire Spécificités de la négociation entreprise/consommateur Spécificités de la négociation entreprise/entreprise et/ou entreprise/distributeur Méthodes de communication persuasive (argumentation, gestion des conflits et des objections)
S52 – droit spécifique au commerce international	
S52.1 – contrats commerciaux internationaux	Notions sur le contrat international, détermination de la loi applicable
S52.2 – contrat de vente à l'international	Conditions générales de vente/d'achat, clauses usuelles d'un contrat de vente internationale Garanties d'exécution du contrat Convention de Vienne

S6 – gestion des opérations d'import-export

Savoirs	Limites de connaissances
S61 – marketing achat	
S61.1 – fonction achat	Enjeux de la fonction achat Organisation de la fonction achat Typologie des achats Types de certification des fournisseurs
S61.2 – internationalisation des achats et sourcing (<i>sourcing</i>)	Critères d'internationalisation des achats Sources d'information spécifiques à l'achat international, sourcing en ligne (<i>e-sourcing</i>) Principes de fonctionnement des places de marchés, plates-formes d'achats, enchères en ligne Circuits et réseaux d'approvisionnement Modalités de recherche de fournisseurs potentiels Critères de choix de fournisseurs potentiels
S61.3 – préparation de la négociation achat	Cahier des charges à l'achat Demande d'offre Outils et méthodes d'évaluation des offres et des fournisseurs Spécificités de la négociation achat
S61.4 – outils de suivi des achats	Composantes du coût de revient à l'import Modalités d'évaluation de la performance des fournisseurs Budget des approvisionnements
S62 – techniques du commerce international	
S62.1 – logistique	Concept de logistique internationale et son évolution (<i>supply chain management</i>) Acteurs de la logistique et leurs métiers Avantages et inconvénients de la sous-traitance logistique
S62.2 – incoterms	Rôle et enjeux Typologie des incoterms
S62.3 – modes de transport	Avantages et contraintes des différents modes de transport Organisation des expéditions selon les modes de transport Rôle et responsabilités des auxiliaires de transport Principes de tarification du fret international et des opérations annexes Critères et méthodes de choix d'une solution de transport
S62.4 – gestion documentaire des opérations internationales	Principes et enjeux de la gestion documentaire à l'international Composantes de la chaîne documentaire Enjeux de la dématérialisation des documents Fonctionnalités de logiciels de gestion export
S62.5 – instruments et techniques de paiement	Typologie des différents instruments de paiement Critères de choix d'un instrument de paiement Techniques de paiement à l'international Conditions de mise en œuvre et incidences sur la rentabilité et la sécurité de l'opération
S62.6 – mode de financement des opérations courantes	Besoins de financement liés aux opérations internationales Calculs financiers (intérêts simples) Instruments de financement à court terme (en particulier escompte et mobilisation de créances)

Savoirs	Limites de connaissances
S62.7 – opérations intracommunautaires	Incidences fiscales des opérations intracommunautaires Mécanismes de la TVA et de la TVA intracommunautaire, obligations déclaratives et documentaires
S62.8 – opérations avec les pays tiers	Organisation du dédouanement (service douane ou prestataire) Procédures de dédouanement (incidences du choix de procédures, déroulement des procédures de droit commun et principe de fonctionnement des procédures simplifiées) Régimes douaniers (identification du régime douanier adapté à l'opération) Évaluation de la dette douanière et paiement Fonctionnalités de « Prodouanes »
S62.9 – gestion des risques	Typologie des risques des opérations internationales (de non-paiement, de change, de transport, de non-conformité, interruption de marchés) Pour chacun des risques identifiés : évaluation des risques, méthodes de prévention, techniques de couverture, conséquences et incidences pour l'entreprise
S63 – droit spécifique au commerce international	
S63.1 – règlement des litiges	Solutions contractuelles : recours aux juridictions étatiques, recours à l'arbitrage
S63.2 – cadre juridique du transport international	Conventions internationales de transport Contrat de transport Responsabilité du transporteur

S7 – environnement économique et juridique

Le programme de formation comprend à la fois un contenu à caractère méthodologique et un contenu notionnel.

Les compétences d'ordre méthodologique visées par la formation et évaluées au BTS seront développées tout au long des deux années ; leur acquisition est étroitement imbriquée dans celle des savoirs et suppose une démarche pédagogique valorisant la mise en situation de l'étudiant.

Le programme dans son champ notionnel prévoit des thèmes d'études obligatoires. Ceux-ci se situent à l'issue d'une ou de plusieurs parties de programme. Ils visent deux objectifs :

- organiser les notions préalablement étudiées autour d'une problématique ;
- amener l'étudiant (seul ou en équipe) à un travail autonome mobilisant ses compétences méthodologiques.

L'étude de ces thèmes n'est pas exclusive d'activités de formation portant sur tel ou tel point particulier du programme.

L'enseignement de l'économie, de l'économie d'entreprise et du droit est assuré en cohérence avec les enseignements de spécialité.

1. Économie générale

Contenus	Compétences
1. Approche méthodologique	
Les langages économiques	– Maîtriser le vocabulaire économique, éclairer les concepts par référence aux théories.
La documentation économique	– Rechercher et exploiter une documentation économique (textes, graphiques, tableaux). – Repérer les idées principales d'un texte, retrouver les enchaînements d'idées et les argumentations. – Rédiger une synthèse.
L'analyse d'une situation économique	– Poser une problématique. – Construire une argumentation structurée.
2. Champ notionnel	
Les fondements de la connaissance économique (de l'ordre de 6 heures)	
L'économie et son domaine	– Présenter l'objet de la science économique. – Montrer la diversité des courants de pensée en se limitant aux principes de base des courants classiques et néo-classiques, keynésien et marxiste. – Caractériser le système capitaliste et le système socialiste (à titre de comparaison) en se limitant à leurs principaux éléments constitutifs.
Le circuit économique comme méthode d'analyse	– Distinguer les méthodes d'analyse macroéconomique et microéconomique. – Présenter les agents économiques et leurs opérations (en s'appuyant sur le vocabulaire de la comptabilité nationale) et souligner les grandes fonctions économiques : production, répartition, consommation. – Situer ces opérations sur les marchés et présenter l'équilibre emplois/ressources. – Mettre en évidence l'ouverture du circuit et la mondialisation de l'économie.
I – les fonctions économiques (de l'ordre de 22 heures)	
1.1. La production	
La production marchande et non marchande	– Distinguer les notions de production marchande et non marchande. – Mettre en évidence l'importance de la production non marchande réalisée par l'État. – Définir la valeur ajoutée et les principaux agrégats de la comptabilité nationale. – Repérer les limites de la mesure de la production.
Le travail	– Caractériser les aspects quantitatifs et qualitatifs du travail. – Définir la productivité du travail. – Expliquer la notion de capital humain.
Le capital et le progrès technique	– Définir les notions de capital et d'investissement. – Définir la productivité du capital. – Mettre en évidence le poids de l'investissement immatériel. – Analyser les déterminants de l'investissement. – Analyser le rôle du progrès technique sur la production et sur l'utilisation des facteurs de production.
Le système productif	– Définir les notions de secteurs et de branches d'activité. – Caractériser l'évolution des trois grands secteurs (primaire, secondaire, tertiaire) de l'économie, apprécier la pertinence de cette typologie.

Contenus	Compétences
	<ul style="list-style-type: none"> – Situer le rôle du secteur public productif. – Situer le niveau de concentration des branches et la structure des marchés (concurrence, oligopole et monopole). – Mettre en évidence l'internationalisation de la production.
1.2. La répartition	
Les revenus primaires	<ul style="list-style-type: none"> – Montrer que cette répartition correspond au partage de la valeur ajoutée. – Analyser les notions de salaire et de profit. – Souligner les inégalités de cette répartition.
La redistribution	<ul style="list-style-type: none"> – Définir les fondements de la redistribution. – Décrire les différents instruments et analyser le rôle de l'État. – Apprécier l'efficacité de la redistribution.
1.3. La consommation et l'épargne	
Les déterminants de la consommation et de l'épargne	<ul style="list-style-type: none"> – Analyser le comportement du consommateur et de l'épargnant. – Définir les différentes formes de consommation. – Identifier les déterminants sociologiques de la consommation.
La fonction de consommation	<ul style="list-style-type: none"> – Présenter la fonction de consommation keynésienne et les autres théories explicatives sur le plan macroéconomique. – Analyser l'évolution de la consommation finale et de l'épargne.
Les consommations collectives	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les différentes formes de consommation collective. – Justifier l'intervention de l'État dans ce domaine et en apprécier les résultats. – Indiquer le poids des collectivités locales.
L'évolution du mode de consommation	<ul style="list-style-type: none"> – Présenter les lois d'Engel. – Analyser la structure de la consommation et son évolution.
THÈME : les transformations des modes de vie	
II – le financement de l'économie (de l'ordre de 14 heures)	
Les fonctions et les formes de la monnaie	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les fonctions et les formes de la monnaie en limitant l'approche historique. – Mettre en évidence le processus de dématérialisation de la monnaie et des instruments de paiement.
Les mécanismes de création monétaire	<ul style="list-style-type: none"> – Présenter les différentes opérations et les agents à l'origine de la création monétaire. – Présenter le principe du multiplicateur de créafit.
La masse monétaire et ses contreparties	<ul style="list-style-type: none"> – Présenter la composition de la masse monétaire. – Mettre en évidence les contreparties de la masse monétaire.
Les circuits de financement et le système monétaire et financier	<ul style="list-style-type: none"> – Caractériser les formes de financement de l'économie : finance directe et finance indirecte. – Déterminer le rôle du marché monétaire et celui du marché financier.
THÈME : Le développement des marchés des capitaux	
III – la régulation (de l'ordre de 12 heures)	
La régulation par le marché	<ul style="list-style-type: none"> – Décrire le mécanisme de formation du prix d'équilibre sur un marché concurrentiel. – Montrer le rôle du prix comme information économique pour les entreprises et les ménages. – Montrer les limites de la régulation par le marché.
La régulation par l'État et les politiques économiques	<ul style="list-style-type: none"> – Présenter les objectifs de l'intervention de l'État. – Distinguer les politiques conjoncturelles des politiques structurelles.

Contenus	Compétences
	<ul style="list-style-type: none"> – Présenter les politiques budgétaires, monétaire et de l'emploi. – Apprécier les limites de la régulation par l'État.
THÈME : les enjeux de politiques de l'emploi	
IV – les relations économiques internationales (de l'ordre de 20 heures)	
4.1. Les échanges internationaux de biens et de services	
Les fondements des échanges internationaux	– Présenter les principales théories du commerce international en distinguant les théories du libre-échange et du protectionnisme.
Les principaux courants d'échange de biens et services	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les éléments constitutifs de la balance des transactions courantes et situer celles-ci dans la balance des paiements. – Identifier les principaux courants d'échange. – Mettre en évidence les principes essentiels de l'organisation des échanges internationaux.
4.2. Les mouvements de capitaux	
Les paiements internationaux	<ul style="list-style-type: none"> – Définir les fonctions d'un SMI. – Présenter le marché des changes et la fixation des taux de change (en excluant la notion de change à terme). – Définir les notions de taux de change fixe et taux de change flottant. – Expliciter les principes définis lors des accords de la Jamaïque en 1976, poser le problème de la gestion concertée des taux de change.
Les flux et les marchés internationaux de capitaux	<ul style="list-style-type: none"> – Situer l'importance des mouvements de capitaux. – Présenter le contenu de la balance des capitaux (en se limitant aux grandes masses), situer celle-ci dans la balance des paiements. – Mettre en évidence l'internationalisation des systèmes financiers.
THÈME : les forces et les faiblesses du commerce extérieur français	
V – l'économie mondiale (de l'ordre de 24 heures)	
L'hétérogénéité de l'économie mondiale	<ul style="list-style-type: none"> – Montrer les inégalités de développement entre les pays. – Présenter les situations spécifiques des PMA, des NPI et des pays en transition vers le capitalisme.
Les efforts d'intégration : l'exemple de l'Union européenne	
L'unification du marché européen	<ul style="list-style-type: none"> – Situer la place de l'Union européenne dans l'économie mondiale. – Rappeler les grandes étapes de la construction européenne depuis le traité de Rome. – Décrire le processus de constitution du marché unique, en dégager les conséquences.
Du SME à l'UEM	<ul style="list-style-type: none"> – Définir les grands principes du SME, présenter les différents rôles de l'écu. – Présenter les différentes étapes et les objectifs de l'UEM.
Croissance et déséquilibres dans les pays développés depuis les années 1980	<ul style="list-style-type: none"> – Mettre en évidence les mouvements de l'activité économique (croissance et fluctuations). – Montrer la diversité des évolutions conjoncturelles selon les économies. – Montrer que ces nouvelles formes de croissances s'accompagnent de profonds déséquilibres, différents selon les pays : inflation/désinflation, chômage, inégalités sociales, exclusion et marginalisation, crise de la protection sociale, déséquilibres extérieurs.
THÈME : l'interdépendance des économies et le problème de la coordination des politiques économiques	

2. Économie d'entreprise

Contenus	Compétences
1. Approche méthodologique	
Le vocabulaire économique	– Maîtriser le vocabulaire économique spécifique et l'utiliser à bon escient.
La documentation économique	– Consulter et exploiter une documentation économique spécialisée sur l'entreprise. – Rechercher des informations sur les entreprises. – Analyser et traiter des informations relatives aux entreprises. – Rédiger une synthèse.
L'analyse d'une situation d'entreprise	– Analyser une situation d'entreprise au travers de diverses grilles de lecture (financière, commerciale, organisationnelle, industrielle, etc.). – Construire une argumentation structurée.
L'analyse d'un problème de gestion	– Mettre en évidence un problème de gestion, repérer toutes ses dimensions, mettre en perspective les outils et techniques et des éléments de solution. – Utiliser une approche systémique et montrer les interdépendances des décisions d'entreprises et des variables d'action.
2. Champ notionnel	
I – l'entreprise, des approches complémentaires (de l'ordre de 12 heures)	
1.1. La diversité des conceptions de l'entreprise	
L'entreprise : une structure productive	– Caractériser la production des entreprises (biens et services marchands). – Identifier son rôle de répartition. – Mettre en évidence la nécessité d'une structuration des activités. – Relier cette approche à la théorie classique des organisations.
L'entreprise : un groupement humain	– Mettre en évidence le rôle des hommes dans l'entreprise. – Relier cette approche à la théorie des relations humaines.
L'entreprise : une organisation au sein de l'environnement	– Identifier les étapes de la vie de l'entreprise : création, croissance, disparition. – Identifier les différentes composantes de l'environnement (économique, social, technologique, écologique, politique) – Mettre en évidence les interactions entreprise-environnement. – Relier cette approche à la théorie de la contingence
L'entreprise : une culture	– Définir l'identité et l'image de l'entreprise. – Identifier les éléments de la culture d'entreprise à travers des exemples concrets. – Mettre en évidence le rôle de la culture dans la gestion. – Caractériser le projet d'entreprise, en montrer l'intérêt et les limites. – Relier cette approche aux analyses récentes.
1.2. L'entreprise dans le système productif	
Les types d'entreprises	– Identifier les différents critères de classification des entreprises (taille, forme juridique, secteur, branche...) – Percevoir la diversité des entreprises.
L'insertion de l'entreprise dans le système productif	– Replacer l'entreprise dans son environnement industriel. – Montrer la variété des liaisons et des relations possibles entre firmes (filiales, groupes, filières).

Contenus	Compétences
THÈME : l'entreprise, un système complexe	
II – l'entreprise, centre de décision (de l'ordre de 14 heures)	
2.1. Décision et pouvoir	
Définition et types de décision	<ul style="list-style-type: none"> – Définir la notion de décision. – Repérer les différents niveaux de décision.
L'exercice du pouvoir	<ul style="list-style-type: none"> – Décrire les formes d'exercice du pouvoir dans l'entreprise. – Définir les notions de centralisation, décentralisation et délégation des pouvoirs. – Caractériser le comportement des dirigeants et son évolution.
2.2. Information et prise de décision	
L'information	<ul style="list-style-type: none"> – Définir l'information et étudier sa diversité. – Mettre en évidence la nécessité et le rôle de l'information pour la prise de décision. – Identifier les qualités que doit posséder l'information pour être utile. – Rechercher les sources d'information internes et externes. – Définir la notion de veille. – Repérer l'organisation de l'information dans l'entreprise.
La prise de décision	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les étapes du processus de décision : il sera possible de faire référence aux modèles de prise de décision (sans approfondir les fondements théoriques). – Mettre en évidence les obstacles à une prise de décision rationnelle : identifier les contraintes de temps, de ressources, de pouvoir et les facteurs psychologiques.
L'aide à la décision	<ul style="list-style-type: none"> – Présenter quelques outils d'aide à la décision en se limitant aux principes et aux domaines d'utilisations (on n'abordera pas les aspects techniques).
THÈME : la pratique de la décision	
III – l'entreprise et la gestion des activités (de l'ordre de 30 heures)	
3.1. Les différentes activités	
3.1.1. L'activité commerciale	
L'esprit mercatique	<ul style="list-style-type: none"> – Caractériser l'esprit mercatique. – Identifier les objectifs de la mercatique.
La démarche mercatique	<ul style="list-style-type: none"> – Analyser les composantes d'un marché en termes d'offre et de demande. – Repérer les acteurs, préciser leur rôle et analyser leur comportement. – Identifier les techniques d'études de marché, et apprécier leurs utilités et limites. – Caractériser le positionnement, la segmentation et mettre en valeur l'intérêt de ces outils d'analyse.
Les actions mercatiques	<ul style="list-style-type: none"> – Énumérer les composantes du plan de marchéage : le produit (éléments d'identité du produit et services connexes), le prix (méthodes de fixation, pratique et enjeux), la distribution (modes de distribution, critères de sélection et enjeux), la communication (par les médias et hors médias). – Mettre en évidence la nécessité d'une cohérence du plan de marchéage. – Préciser les missions de la force de vente et apprécier l'évolution de son rôle.
3.1.2. L'activité productive	
Les systèmes de production	<ul style="list-style-type: none"> – Définir les systèmes de production.

Contenus	Compétences
	– Identifier les critères de choix d'un système de production.
La gestion de la production	– Délimiter le champ d'action de la gestion de la production. – Analyser les principaux modes de gestion de la production (par l'amont, par l'aval, etc.) et repérer leurs intérêts et leurs limites. – Repérer quelques outils et méthodes de gestion de la production.
L'évolution de la production	– Mettre en évidence les facteurs d'évolution de la logique productive (environnement technologique, économique, géographique, etc.). – Décrire les conséquences de ces évolutions en termes de qualité, de flexibilité, de productivité. – Constaté les évolutions sur l'emploi et dans l'organisation du travail au regard des changements économiques, technologiques, sociaux.
3.1.3. Les activités de logistique et d'approvisionnement	
La logistique	– Définir la logistique et caractériser ses différentes composantes. – Apprécier le rôle et l'importance de la logistique.
L'approvisionnement	– Mettre en évidence la problématique de l'approvisionnement en caractérisant : les objectifs de la politique d'approvisionnement ; le processus d'achat et l'importance du rôle de l'acheteur ; les choix possibles pour la gestion des stocks et des flux (l'étude des modèles théoriques ne sera pas abordée).
3.1.4. L'activité financière	
L'équilibre financier	– Montrer la nécessité des équilibres financiers. – Préciser les notions de rentabilité, solvabilité.
Les choix financiers	– Caractériser le besoin de financement d'investissement et le besoin de financement du cycle d'exploitation. – Repérer les moyens de financement adaptés aux besoins de financement. – Repérer les critères déterminants dans la décision financière. (On ne se livrera pas à une étude systématique des documents comptables.)
3.1.5. La gestion des ressources humaines	
Les fondements de la GRH	– Définir la GRH et préciser l'évolution de ses objectifs. – Montrer les enjeux de la GRH pour l'entreprise et les salariés.
La gestion prévisionnelle des emplois	– Caractériser le contenu, les méthodes d'analyse et les enjeux de la gestion prévisionnelle des emplois.
La pratique de la GRH	– Caractériser l'évolution et les modalités de mise en œuvre de la GRH concernant : le recrutement, la formation, la rémunération, la promotion, la motivation, l'animation, les conditions de travail. – Analyser le dialogue social dans l'entreprise (communication interne, concertation, participation, conflits et négociations).
3.2. L'organisation des activités	
Les différentes structures	– Caractériser les principales structures d'entreprise en mettant en évidence les critères de structuration, les moyens de coordination, le degré de centralisation
L'évolution des structures	– Identifier les principaux facteurs d'évolution des structures d'entreprise (système technique, environnement, âge, taille, stratégie). – Mettre en évidence l'émergence des structures par projet.
THÈME : l'adaptation de l'entreprise aux impératifs de la qualité	
IV – l'entreprise et sa démarche stratégique (de l'ordre de 38 heures)	

Contenus	Compétences
4.1. La stratégie	
La détermination des objectifs	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les finalités de l’entreprise. – Établir un lien entre finalités et objectifs. – Montrer la diversité des objectifs et leur hiérarchie éventuelle. – Mettre en évidence les facteurs subjectifs qui influencent les objectifs.
Les décisions stratégiques	<ul style="list-style-type: none"> – Définir la stratégie. – Apprécier la nécessité des choix stratégiques à la création et au cours de l’existence de l’entreprise.
4.2. Le diagnostic stratégique	
La connaissance de l’environnement	<ul style="list-style-type: none"> – Montrer que les choix opérés doivent prendre en compte les données de l’environnement économique, social, démographique, juridique et technologique.
Analyse concurrentielle	<ul style="list-style-type: none"> – Définir les notions de domaine d’activité, de métier, de segmentation stratégique, de facteurs-clés de succès. – Apprécier la position concurrentielle de l’entreprise à travers les concepts de cycle de vie du produit, d’effet d’expérience, de portefeuille d’activités (pour illustrer ce dernier point, on pourra utiliser un modèle d’analyse). – Identifier les forces qui agissent sur la position concurrentielle de l’entreprise. – Apprécier les rapports de force entre l’entreprise, ses fournisseurs, ses clients au travers de la notion de pouvoir de négociation.
Analyse technologique	<ul style="list-style-type: none"> – Préciser les notions de domaine de compétence, de potentiel d’innovation, de potentiel de recherche-développement. – Identifier les notions de couple produit/processus de production et de cycle de vie du processus de production
Analyse organisationnelle	<ul style="list-style-type: none"> – Apprécier la capacité de l’entreprise à s’adapter aux besoins et aux contraintes. – En conséquence, évaluer le degré de flexibilité des équipements, le degré de flexibilité de la main-d’œuvre. – Évaluer le potentiel humain. – Évaluer le potentiel financier.
4.3. Les choix stratégiques	
Les orientations stratégiques	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les différents axes stratégiques possibles pour l’entreprise : croissance, diversification, spécialisation, recentrage, désengagement, survie, internationalisation. – Mettre en évidence leurs intérêts et leurs limites.
Les options stratégiques	<ul style="list-style-type: none"> – Caractériser les différentes options stratégiques : <ul style="list-style-type: none"> stratégie de croissance interne et externe ; stratégie de domination par les coûts ; stratégie de différenciation du produit ; stratégie de focalisation ; stratégie de niche ; stratégie d’impartition ; stratégie d’intégration. – Montrer les possibilités de combinaison de ces options stratégiques. – Savoir les identifier sur des cas concrets.
4.4. La mise en œuvre et le contrôle des stratégies	
Les différents aspects de la planification	<ul style="list-style-type: none"> – Définir le concept de planification. – Retracer sur des cas concrets les étapes de la planification. – Définir et différencier les notions de plans stratégique, opérationnel, de

Contenus	Compétences
	programme et de budget.
Le contrôle des réalisations	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en évidence la nécessité d'une confrontation entre prévisions et réalisations. - Identifier les différentes formes de contrôle.
THÈME : les PME et la démarche stratégique	
V – l'entreprise, la société et l'éthique (de l'ordre de 6 heures)	
L'entreprise citoyenne	<ul style="list-style-type: none"> - Caractériser le rôle de l'entreprise dans la société. - Mettre en évidence ce rôle dans les différentes activités de l'entreprise.
L'entreprise et l'éthique	<ul style="list-style-type: none"> - Définir l'éthique. - Analyser les problèmes d'éthique posés à l'entreprise dans le monde contemporain.
THEME : l'entreprise et l'intérêt général	

3. Droit

Contenus	Compétences
1. Approche méthodologique	
Le langage juridique	– Maîtriser le vocabulaire juridique spécifique et le registre de langue caractéristique du droit.
La documentation juridique et ses spécificités	– Consulter et exploiter une documentation juridique spécialisée, recourir avec aisance à un code, lire un jugement, etc.
L'analyse d'une situation juridique	– Analyser une situation juridique. – Construire une argumentation structurée.
La position d'un problème juridique	– Poser un problème de droit, construire une argumentation juridique dans un cas pratique donné, dans le cadre notionnel défini par le référentiel.
2. Champ notionnel	
Le droit et l'activité économique (de l'ordre de 4 heures)	
Principes juridiques qui sous-tendent l'activité économique	– Mettre en évidence la nécessité d'un cadre juridique pour organiser et préciser les droits et obligations des acteurs économiques.
Les libertés publiques : les libertés sociales et économiques	– Repérer parmi les libertés publiques celles qui ont le caractère de libertés économiques et sociales (droits de propriété, liberté contractuelle, liberté du travail, droit syndical, etc.).
Notion d'ordre public économique et social	– Justifier les enjeux de cet ordre public.
L'interdépendance du droit et de l'économie	– Mettre en évidence ce phénomène à travers quelques exemples.
I – le cadre juridique de l'activité économique (de l'ordre de 14 heures)	
1. Le cadre institutionnel	
Les pouvoirs publics économiques : rôles respectifs du Parlement, du gouvernement et de l'administration (centrale et territoriale)	– Replacer l'existence et les fonctions de ces pouvoirs dans leur cadre juridique (Constitution, loi de décentralisation, etc.). – Distinguer la spécificité des missions attribuées aux différents pouvoirs en fonction de l'étendue de leur domaine de compétences. – Mettre en évidence l'évolution du rôle des collectivités locales en matière économique et sociale. – Montrer en quoi certaines administrations particulières (conseil de la concurrence, etc.) contribuent à l'existence de l'ordre public économique et social.
Les pouvoirs privés économiques : organisations syndicales, quelques organismes professionnels, quelques associations de défense, (consommateurs, environnement)	– Distinguer et comparer ces pouvoirs en fonction des textes qui légitiment leur existence, de leur rôle précis (notamment des intérêts qu'ils sont chargés de défendre) et des moyens d'action dont ils disposent. – Montrer la spécificité de ces pouvoirs par rapport aux pouvoirs publics économiques. On exclura tout développement relatif au fonctionnement interne des institutions.
L'organisation judiciaire	– Dégager les principes qui régissent le système judiciaire français. – Présenter les éléments essentiels (compétences) des juridictions civiles, pénales, administratives. – Décrire les principes-clés de la procédure suivie devant les juridictions (intérêt à agir des parties, preuve, rôle des juges).

Contenus	Compétences
2. Les sources du droit	
La diversité des sources	
Les sources écrites : sources communautaires, sources internes légales et conventionnelles	<ul style="list-style-type: none"> – Présenter les sources en fonction de divers critères : institution émettrice : pouvoir exécutif ou législatif ; domaine de compétence et fonction de l'objet et de l'étendue géographique ; place dans la hiérarchie des sources ; conditions particulières d'application. <p>On exclura les développements relatifs à la technique de négociation en matière de convention et d'accords collectifs.</p>
Les sources non écrites (usages commerciaux et pratiques)	<ul style="list-style-type: none"> – Montrer les raisons juridiques et économiques de leur développement et mettre en relief la facilité d'adaptation de ces sources aux besoins de l'activité économique.
La jurisprudence	<ul style="list-style-type: none"> – Dégager l'importance de son rôle par rapport aux autres sources de droit. – Montrer son caractère évolutif.
La hiérarchie et la complémentarité des sources	<ul style="list-style-type: none"> – Mettre en évidence l'évolution de l'importance relative des sources de droit en fonction de l'évolution du cadre de l'activité économique (notamment Union européenne) et de l'évolution des modes d'organisation et de régulation des relations entre les acteurs économiques (notamment le droit négocié).
THÈME : l'impact du droit européen sur le droit interne	
II – l'activité économique et les mécanismes juridiques fondamentaux (de l'ordre de 20 heures)	
1. Les actes et les faits juridiques, leur preuve	<ul style="list-style-type: none"> – Distinguer acte et fait juridique en tant que source d'obligations. – Dégager le rôle de la preuve dans une situation donnée. – Repérer à qui incombe la charge de la preuve. – Identifier le mode de preuve adapté. – Repérer des conséquences des évolutions technologiques sur les modes de preuve. <p>On évitera les développements sur les modes de preuve peu usités dans le domaine économique (l'aveu judiciaire, le serment décisoire, le serment supplétoire, les présomptions de fait).</p>
2. Les contrats	
L'accord de volonté	<ul style="list-style-type: none"> – Dégager les conséquences du principe de l'autonomie de la volonté. – Identifier des limites à la liberté contractuelle et leur raison d'être.
Le contrat, source d'obligations	<ul style="list-style-type: none"> – Dans une situation donnée, reconnaître l'existence et la validité d'un contrat, le situer dans une classification et en tirer des conséquences. – Analyser quelques contrats d'usage courant pour repérer les obligations des parties, la portée de clauses particulières.
Le contrat, force obligatoire et effet relatif	
Nullité, résolution, résiliation	<ul style="list-style-type: none"> – Repérer l'influence du droit communautaire sur le contenu des contrats à partir de quelques exemples. – Repérer l'influence de l'activité économique sur les contrats, existence, développement et conséquences des contrats innomés. <p>On rappellera, en tant que de besoin, les notions relatives à la capacité sans se livrer à l'étude systématique de la protection des incapables.</p>

Contenus	Compétences
3. La responsabilité	
La nature de la responsabilité	– Identifier la notion de responsabilité, en repérer les fondements et leur évolution (faute, risque).
Le fondement	– Dans une situation donnée, distinguer la ou les responsabilités mises en jeu : responsabilité civile contractuelle, quasi délictuelle, délictuelle, responsabilité pénale.
La mise en œuvre	– Vérifier si les conditions de mise en œuvre sont réunies en matière civile (fait générateur, dommage, lien de causalité) et en matière pénale (élément légal, matériel, moral) ; en dégager les conséquences (répartition, sanction).
THÈME : l'évolution de la responsabilité du producteur	
III – l'entreprise et l'activité commerciale (de l'ordre de 16 heures)	
1. Approche juridique de la notion d'entreprise	– Identifier les conséquences de l'absence de personnalité morale de l'entreprise. – Différencier les notions d'établissement, d'entreprise, d'unité économique et sociale, de groupe. – Repérer l'émergence d'un statut juridique de l'entreprise dans les diverses branches du droit.
2. L'entreprise commerciale	
Les critères de commercialité	– Identifier les conditions à remplir pour acquérir la qualité de commerçant. – Caractériser l'activité commerciale. – Distinguer le commerçant de l'artisan. On présentera les grandes lignes de l'article 632 du Code de commerce en évitant les développements excessifs.
Le régime juridique applicable à l'entreprise commerciale	– Dégager les conséquences de la qualité de commerçant : compétence, preuve, obligations comptables, solidarité, etc.
3. Les structures juridiques des entreprises commerciales	
L'entreprise individuelle	– Repérer des dispositions en faveur des entreprises individuelles.
L'entreprise sociétaire – Le contrat de société – La personnalité morale – Les critères de choix d'une forme de société (responsabilité des associés)	– Identifier les conditions particulières du contrat de société à partir d'exemples de statuts. – Repérer l'existence de la personnalité morale de la société et en dégager les conséquences. – Distinguer les sociétés de personnes des sociétés de capitaux au travers de la responsabilité des associés et en dégager les conséquences. – Comparer la SARL et la SA du point de vue : des modalités d'exercice du pouvoir et de son contrôle ; des conditions d'entrée et de sortie des associés et des actionnaires (cessions et négociation des parts sociales et actions).
Avantages et inconvénients de l'entreprise individuelle et sociétaire	– Distinguer l'entreprise individuelle de l'entreprise sociétaire.
THÈME : les critères de choix pertinents d'une structure juridique d'entreprise	

Contenus	Compétences
IV – relations de travail dans l'entreprise (de l'ordre de 26 heures)	
1. Les relations individuelles de travail	
Le contrat de travail – Spécificité – Diversité des formes de contrat : contrat à durée indéterminée, contrat à durée déterminée, contrats particuliers – Clauses contractuelles essentielles	– Reconnaître l'existence d'un contrat de travail, le qualifier et en tirer les conséquences pour les parties. – Dégager les principales caractéristiques du contrat de travail. – Repérer à partir de la lecture de différents contrats de travail les droits et obligations des parties, la validité de clauses contractuelles.
Le statut du salarié – Les pouvoirs de l'employeur (pouvoir normatif et disciplinaire) – Les principales conditions de travail (durée et aménagement du temps de travail, repos et congés) – La rémunération – Les événements qui affectent l'exécution du contrat de travail	– Appréhender la nature juridique et le rôle du règlement intérieur dans une situation donnée, exploiter un règlement intérieur, apprécier la validité et la portée des clauses. On exclura la procédure d'élaboration du règlement intérieur. – Repérer les différents aménagements de la durée du travail. – Identifier les composantes de la rémunération, mettre en évidence les évolutions en matière de fixation de la rémunération. – Identifier les principaux événements de la vie de l'entreprise, de la vie du salarié ayant une incidence sur les contrats de travail et repérer leurs conséquences.
La rupture du contrat de travail – Les licenciements et leurs conséquences – Les autres modes de rupture	– Distinguer le licenciement pour motif personnel du licenciement pour motif économique (individuel ou collectif). – Qualifier un licenciement et en dégager les conséquences (formalités à opérer, droits des salariés licenciés). – Mettre en évidence le souci de protection de l'emploi dans la législation sur le licenciement. – Distinguer les différentes fins des contrats de travail et en tirer des conséquences.
Le Conseil de prud'hommes	– Caractériser le rôle et le fonctionnement du Conseil de prud'hommes.
2. Les relations collectives de travail	
La représentation des salariés	– Distinguer les rôles respectifs de divers organes de représentation (comité d'entreprise, délégué du personnel, délégué syndical et de la section syndicale). – Analyser les conditions et domaines d'intervention des représentants du personnel. – Repérer les évolutions en matière de représentation et expression des salariés.
La négociation collective	– Définir l'objet, les modalités et l'intérêt de la négociation collective. – Mettre en évidence le rôle de l'extension et de l'élargissement des accords collectifs.
Les conflits collectifs et leur résolution	– Repérer les diverses formes de conflits collectifs, distinguer les notions de grève licite et illicite et apprécier leurs conséquences. – Analyser à partir de situations concrètes les modes de résolution des conflits.

Contenus	Compétences
THÈME : les réponses du droit du travail aux problèmes de l'emploi	
V – les relations juridiques de l'entreprise avec les consommateurs (de l'ordre de 10 heures)	
1. La protection du consommateur lors de la formation du contrat	
L'obligation d'informer	<ul style="list-style-type: none"> – Mettre en évidence les règles relatives à l'obligation de renseigner. – Dégager les principes relatifs à l'obligation de ne pas tromper, caractériser la publicité trompeuse et repérer ses conséquences.
L'obligation de ne pas forcer	<ul style="list-style-type: none"> – Dégager de la réglementation du démarchage à domicile son domaine d'application, le mécanisme de la protection, les sanctions.
L'obligation de vendre	<ul style="list-style-type: none"> – Caractériser et justifier le refus de vente ou de prestation de service au consommateur.
2. La protection du consommateur lors de l'exécution du contrat	
Les clauses abusives	<ul style="list-style-type: none"> – Détecter la présence de clauses abusives dans un contrat et en tirer les conséquences.
Les garanties légales et conventionnelles	<ul style="list-style-type: none"> – Délimiter l'étendue respective de la garantie légale et de la garantie conventionnelle. – Déterminer les droits du consommateur en matière de garantie. – Mettre en œuvre le droit à la garantie. – Mettre en évidence l'évolution de la responsabilité du distributeur.
3. La protection de l'acheteur à crédit	
L'information de l'emprunteur	<ul style="list-style-type: none"> – Analyser une offre préalable de crédit.
Les mesures de protection	<ul style="list-style-type: none"> – Repérer le lien entre le contrat de vente et l'opération de crédit, en tirer les conséquences.
Le surendettement	<ul style="list-style-type: none"> – Cerner la notion de surendettement. – Repérer la raison d'être d'un dispositif spécifique. – Identifier les dispositions essentielles de protection du surendetté. <p>On exclura tout développement sur la procédure judiciaire civile ou sur le règlement amiable.</p>
THÈME : nécessité et efficacité du droit de la consommation	
VI – les relations inter-entreprises (de l'ordre de 10 heures)	
1. Les techniques juridiques de coopération	
Les accords de coopération dans le domaine industriel, dans le domaine commercial	<ul style="list-style-type: none"> – Repérer les caractéristiques spécifiques des accords de coopération au travers de l'étude d'un contrat de sous-traitance et d'un contrat de distribution (franchise, concession, etc.).
Les structures de coopération : le GIE, le GEIE	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les principales caractéristiques du GIE (constitution, fonctionnement, dissolution). – Mettre en évidence l'intérêt du GEIE.
2. La concurrence	
Notions de concurrence loyale et de concurrence déloyale	<ul style="list-style-type: none"> – Dans une situation donnée, repérer les éléments constitutifs de l'action en concurrence déloyale.
Restrictions ou libre exercice de la concurrence et sanctions	<ul style="list-style-type: none"> – Caractériser et qualifier des pratiques anticoncurrentielles.
<ul style="list-style-type: none"> – Pratiques concurrentielles 	<ul style="list-style-type: none"> – Différencier entente et abus de domination.
<ul style="list-style-type: none"> – Entente et position dominante 	<ul style="list-style-type: none"> – Dégager l'influence du droit communautaire. – Analyser les règles relatives au contrôle des concentrations du point de vue national et communautaire.
<ul style="list-style-type: none"> – Pratiques discriminatoires 	<ul style="list-style-type: none"> – Repérer dans des situations données des pratiques discriminatoires et leur sanction (notamment le refus de vente).

Contenus	Compétences
3. La propriété industrielle	
Les monopoles d'exploitation et leur protection	<ul style="list-style-type: none"> – Replacer la propriété industrielle parmi les propriétés incorporelles. – Identifier le brevet et la marque parmi les monopoles d'exploitation. – Définir les conditions et l'étendue de la protection. – Distinguer l'action en contrefaçon de l'action en concurrence déloyale.
THÈME : les enjeux de la réglementation de la concurrence	

S8 – langues vivantes

L'objectif est d'étendre, de consolider, d'approfondir, de diversifier la compétence langagière de base telle qu'elle est définie dans les programmes de second cycle (*BO* spéciaux n° 3, 4 et 5 de mai-juin 1982).

L'approfondissement de la compétence linguistique dans le domaine économique et commercial ne saurait déboucher sur des cours *ex cathedra* de commerce ou d'économie.

Cependant, la spécificité de ce BTS requiert la maîtrise du langage de base propre au commerce international sans que l'on puisse exiger du candidat une connaissance exhaustive des thèmes évoqués ci-dessous.

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

1. Langue commerciale usuelle

- 1.1. Les différentes formes de la distribution : formes traditionnelles, formes nouvelles et les problèmes s'y rapportant
- 1.2. La publicité (mass media)
- 1.3. L'organisation de l'entreprise
- 1.4. Quelques notions succinctes de droit commercial (sociétés, brevet, etc.)
- 1.5. Les documents usuels relatifs à l'achat, la vente, l'expédition des marchandises, le règlement, l'assurance
- 1.6. La correspondance commerciale, en particulier à propos de thèmes relatifs à des opérations internationales. Les difficultés à propos de ces opérations (réclamations et réponses).

2. Langue économique usuelle

- 2.1. Production, consommation, leurs fluctuations ; les investissements, rationalisation et automation ; la croissance ; les crises ; marchés et bourses ; alliances financières et commerciales d'entreprises à l'international ; les interventions de l'État en matière économique
- 2.2. Problèmes de répartition : salaires et revenus ; main-d'œuvre et emploi
- 2.3. Problèmes humains et sociaux : relations humaines, syndicats, politique sociale.

3. Organisation et techniques du commerce international

- 3.1. Étude économique et place du ou des pays dont on étudie la langue dans le commerce international
- 3.2. Transport, douane et transit
- 3.3. Manifestations commerciales à l'étranger

- 3.4. Problèmes monétaires du commerce international : monnaie ; variation de changes et leurs conséquences
- 3.5. Les accords internationaux et inter-régionaux : OMC, marchés communs, etc., la Chambre de commerce internationale
- 3.6. Investissements, sociétés et implantation commerciale à l'étranger

4. Étude des réalités et civilisations, en vue de l'intégration de ces composantes dans des activités commerciales internationales

4.1. Approche économique et socioculturelle des pays dont on étudie la langue

4.2. Utilisation de l'étude de ces réalités à des fins commerciales : études de marché, négociation...

La nomenclature proposée correspond en partie aux programmes des enseignements professionnels. Elle est à considérer pour les linguistes comme une série de thèmes autour desquels articuler les activités de langues appropriées.

Il convient d'aborder ces thèmes en tenant compte, si nécessaire, de la progression adoptée par les professeurs des disciplines économiques et commerciales, avec lesquels une coopération organique s'avère, en tout état de cause, souhaitable.

S9 – culture générale et expression

Objectifs et contenus

Le but de l'enseignement du français dans les sections de techniciens supérieurs est de donner aux étudiants la culture générale dont ils auront besoin dans leur vie professionnelle et dans leur vie de citoyen et de les rendre, aptes à une communication efficace à l'oral et à l'écrit.

Culture générale

La culture générale est développée par la lecture de tout type de textes et de documents (presse, essais, œuvres littéraires, documents iconographiques, films) en relation avec les questions d'actualité rencontrées dans les médias, les productions artistiques, les lieux de débat.

En première année, le choix des thèmes de réflexion, des textes et documents d'étude est laissé à l'initiative du professeur qui s'inspire des principes suivants :

- créer une culture commune chez des étudiants arrivant d'horizons scolaires variés ;
- développer la curiosité des étudiants dans le sens d'une culture générale ouverte sur les problèmes du monde contemporain (questions de société, de politique, d'éthique, d'esthétique) ;
- développer le sens de la réflexion (précision des informations et des arguments, respect de la pensée d'autrui, formation à l'expression d'un jugement personnel) en proposant des textes et documents de qualité en accord avec les compétences de lecture du public concerné.

En deuxième année, deux thèmes sont étudiés. Ces thèmes, dont l'un est renouvelé chaque année, font l'objet d'une publication au *BO*. Cette publication précise un intitulé, une problématique et des indications bibliographiques qui orientent et délimitent la problématique de chaque thème.

Expression

Une communication efficace à l'oral et à l'écrit suppose la maîtrise d'un certain nombre de capacités et de techniques d'expression. Cette maîtrise suppose, à son tour, une connaissance suffisante de la langue (vocabulaire et syntaxe) et une aptitude à la synthèse pour saisir avec exactitude la pensée d'autrui et exprimer la sienne avec précision.

Des exercices variés concourent à cette maîtrise : débat oral, exposé oral, analyse des interactions verbales ; analyse et résumé d'un texte, comparaison de textes plus ou moins convergents ou opposés, étude logique d'une argumentation, constitution et analyse d'une documentation, compte rendu d'un livre lu, composition d'une synthèse à partir de textes et de documents de toute nature, rédaction d'un compte rendu, d'une note, d'une réponse personnelle à une question posée, d'une argumentation personnelle.

Annexe – capacités et techniques

Cette annexe se présente sous la forme d'un répertoire des capacités et techniques dont la maîtrise constitue l'objectif de l'enseignement du français dans les sections de techniciens supérieurs. Il comprend une analyse de ces capacités et techniques, un recueil de situations dans lesquelles il est possible d'acquérir, d'exercer et d'évaluer ces compétences, un recensement de critères spécifiques d'évaluation.

Les situations proposées sont des situations de formation. Certaines d'entre elles peuvent servir de supports à une évaluation (par exemple, l'exercice de synthèse). D'autres ne figurent pas en tant que telles dans les épreuves de certification mais sont essentielles dans un parcours de formation (l'exercice de résumé, par exemple, ou encore les activités d'expression orale).

Ces situations ne constituent pas un catalogue exhaustif ou impératif, elles ne définissent pas un itinéraire obligé, mais il importe de rappeler qu'une progression bien étudiée ne suppose pas réalisables d'emblée les épreuves imposées pour la délivrance du diplôme et au niveau requis en fin de formation.

Chaque professeur de français conserve la responsabilité de définir son projet pédagogique, en déterminant ses priorités et sa progression. Il prend en charge, selon les horaires dont il dispose, les exigences professionnelles propres aux sections où il enseigne et répond aux besoins recensés chez ses étudiants ou ses stagiaires.

Chaque fois que cela est possible, il veille à établir des liens entre l'enseignement qu'il dispense et les enseignements généraux et professionnels que ses étudiants reçoivent dans leur section.

Capacité A – communiquer oralement

Compétences caractéristiques – être capable de :

1. Connaître et respecter les conditions préalables et indispensables à toute communication orale (attention, écoute, disponibilité...).
2. Mémoriser et restituer par oral un message écrit ou oral.
3. Reformuler un message oral.
4. Se fixer un ou des objectifs (informer, expliquer, justifier, réfuter, convaincre, persuader) et le (ou les) faire connaître.
5. Choisir, ordonner, structurer les éléments de son propre message.
6. Produire un message oral :
 - en fonction d'une situation de communication donnée ;
 - en respectant le sujet, les données du problème, le ou le(s) objectif(s) fixé(s) ;
 - en tenant compte du destinataire.
7. Recentrer le sujet de discussion ou le thème d'un débat.

Situations possibles

Auditoire familier ou non

1. Avec ou sans support présent
 - 1.1. Formulation de consignes.
 - 1.2. Questionnement à des fins d'information.
 - 1.3. Communication téléphonique.
 - 1.4. Entretien.
 - 1.5. Réponse argumentée à une demande.
 - 1.6. Restitution d'un message, reformulation personnalisée d'un message.
 - 1.7. Prise de parole.
 - 1.8. Exposé bref, entretien, préparés en temps limité ; exposé (seul ou à plusieurs).
 - 1.9. Débat.
2. Avec support présent
 - 2.1. Commentaire d'images isolées ou en suite.
 - 2.2. Commentaire de documents non textuels (organigramme, tableau de statistiques, schéma, graphique, diagramme...).
 - 2.3. Revue de presse.

- 2.4. Rapport.
- 2.5. Présentation et soutenance d'un dossier.
- 3. Sans support présent
 - 3.1. Compte rendu d'un événement dans l'entreprise, d'une visite de chantier, d'une réunion, d'une lecture, d'un spectacle.
 - 3.2. Prise de parole, discussion.
 - 3.3. Jeu de rôles, simulation d'entretien.

Critères d'évaluation

- 1. Adaptation à la situation
Maîtrise des contraintes de temps, de lieu, d'objectif.
- 2. Adaptation au destinataire
 - 2.1. Choix des moyens d'expression appropriés (images, exemples, répétitions volontaires, usage du métalangage, formules de relations sociales...).
 - 2.2. Prise en compte du discours et de l'attitude de l'interlocuteur (écouter, saisir les nuances, reformuler, s'adapter).
- 3. Organisation du message
 - 3.1. Unité de sens (en rapport direct avec le sujet et la situation).
 - 3.2. Structure interne (déroulement chronologique, articulation logique, progression appropriée à l'objectif visé).
- 4. Contenu du message
 - 4.1. Intelligibilité du message.
 - 4.2. Précision des idées.
 - 4.3. Pertinence des exemples.
 - 4.4. Valeur de l'argumentation.
 - 4.5. Netteté de la conclusion.

Technique α – La langue orale

Compétences caractéristiques – être capable de :

- 1. Prendre la parole, se faire entendre.
- 2. Adapter sa voix et son attitude aux contraintes de la situation.
- 3. Choisir et maîtriser le registre de langue approprié.
- 4. Utiliser un vocabulaire précis et varié.
- 5. Produire un message oral dont les éléments forment des productions achevées (en tenant compte des spécificités de la langue orale).

Situations possibles

- 1. Les mêmes que pour la capacité A.
- 2. Certains exercices spécifiques pour apprendre à :
 - 2.1. Poser sa voix, articuler, contrôler le débit, varier l'intonation.
 - 2.2. Maîtriser le regard, les gestes, les mimiques.
 - 2.3. Utiliser l'espace.
 - 2.4. Respecter les contraintes de temps.

Critères d'évaluation

- 1. Présence
 - 1.1. Voix (articulation, débit, volume, intonation).
 - 1.2. Regard.
 - 1.3. Attitude.
 - 1.4. Utilisation des documents.
 - 1.5. Spontanéité de la formulation (distance par rapport au message écrit).

2. Langue

- 2.1. Registre (courant, soutenu) adapté à la situation de communication et à l'auditoire.
- 2.2. Lexique (précision, variété).
- 2.3. Structure syntaxique (phrases simples ou complexes, achevées ou non...).

Capacité B – s'informer – se documenter

Compétences caractéristiques – être capable de :

1. Rechercher, c'est-à-dire :
 - 1.1. Maîtriser les outils et les techniques documentaires usuels.
 - 1.2. Établir une problématique de la recherche envisagée.
 - 1.3. Réduire un axe de recherche à des notions et à des mots-clés.
 - 1.4. Fixer l'ordre des opérations documentaires.
2. Trier et traiter, c'est-à-dire :
 - 2.1. Identifier le support de l'information et en apprécier la pertinence.
 - 2.2. Repérer une information dans un ensemble organisé ou non.
 - 2.3. Sélectionner, selon un ou plusieurs critères, une information, une documentation.
 - 2.4. Analyser, classer, ordonner informations et documents en fonction d'objectifs explicites.
 - 2.5. Relativiser les informations en fonction de leur environnement (contextes et connotations).
 - 2.6. Préparer une conclusion.

Situations possibles

Toute situation de recherche, de tri et de traitement d'informations (écrites, orales, visuelles) sur des ensembles organisés ou non.

1. Recherche méthodique sur un ensemble de notions à coordonner (par exemple dans des dictionnaires, des encyclopédies).
2. Dépouillement et sélection d'informations en fonction d'une problématique.
3. Recherche d'exemples ou d'illustrations documentaires pour argumenter un point de vue (par exemple en vue d'un exposé, d'un texte écrit).
4. Étude des effets « texte-image » sur l'information.
5. Élaboration d'une fiche de description analytique, critique (par exemple, sommaire d'un dossier).
6. Relevé de conclusions à partir de documents contradictoires.
7. Constitution d'un dossier.
8. Synthèse de documents de nature, d'époques, de points de vue différents.

Critères d'évaluation

1. Adéquation de la méthode de recherche à la situation.
2. Pertinence des choix opérés.
3. Cohérence de la production (classement et enchaînement des éléments).
4. Pertinence des conclusions en fonction des documents de référence.

Capacité C – appréhender un message

Compétences caractéristiques – être capable de :

1. S'interroger pour :
 - 1.1. Prendre en compte les caractères spécifiques du code (écrit, oral, iconique, gestuel) ou des codes employés.
 - 1.2. Reconnaître le statut du texte (genre, registre, type de discours, destinataire).
 - 1.3. Situer le message dans ses contextes (historique, linguistique, référentiel, idéologique...).
 - 1.4. Discerner les marques d'énonciation.
 - 1.5. Distinguer les idées et les mots-clés du message.
 - 1.6. Percevoir les effets de sens dus au langage (ambiguïtés, connotations, figures de style...).

1.7. Mettre en relation les éléments d'un même document ou des éléments appartenant à des documents différents, repérer les idées convergentes et divergentes.

1.8. Découvrir le système ou les systèmes de cohérence d'un message (chronologique, logique, symbolique...).

2. Rendre compte de la signification globale d'un message.

3. Restructurer un message à partir d'éléments donnés.

Situations possibles

1. Lecture silencieuse d'un ou de plusieurs textes.

2. Étude comparée de textes.

3. Audition d'un message oral (revue de presse, exposé, discours argumenté, etc.).

4. Lecture d'images fixes isolées ou en séquences, lecture de films.

5. Lecture de documents écrits non textuels (organigramme, tableau de statistiques, schéma, graphique, diagramme, etc.).

Critères d'évaluation

Selon les situations :

1. Pertinence dans le relevé des idées et mots-clés du message définis selon son ou ses systèmes de cohérence.

2. Exactitude, précision, cohérence dans l'analyse et la mise en relation de ces éléments.

3. Interprétation justifiée des moyens mis en œuvre dans le message (registre de langue, syntaxe, structure, système des connotations, figures, etc.).

4. Mise en perspective du message par rapport à son ou à ses contextes.

5. Fidélité à la signification globale du message.

Capacité D – réaliser un message

Compétences caractéristiques – être capable de :

1. Respecter les éléments constitutifs d'une situation de communication (destinataire, niveau de langue).

2. Recenser les données d'un problème.

3. Se fixer des objectifs avant de formuler ou de rédiger un message (informer, expliquer, justifier, réfuter, convaincre, persuader).

4. Rassembler des éléments d'information et des moyens d'argumentation.

5.

5.1. Élaborer une idée à partir d'un fait, d'un exemple, d'un document.

5.2. Développer des idées à partir d'une notion, d'une question, d'une idée donnée.

5.3. Illustrer une idée à l'aide d'exemples, de citations.

6. Organiser les données et les idées en fonction des objectifs retenus.

7. Choisir les moyens d'expression appropriés à la situation et au destinataire.

8. Nuancer, relativiser, si besoin, l'expression de sa pensée.

9. Donner, si besoin, un tour personnel à un message.

Situations possibles

Toutes les situations qui permettent la création d'un message, avec ou sans implication de l'émetteur, notamment :

1. Réponse à une demande, à une question.

2. Préparation d'un questionnaire.

3. Correspondance professionnelle, administrative.

4. Compte rendu d'un événement dans l'entreprise, d'une visite de chantier, d'une réunion, d'une lecture, d'un spectacle.

5. Résumé.

6. Rapport.
7. Synthèse de documents.
8. Discours argumenté :
 - 8.1. Exposé bref, entretien, préparés en temps limité avec ou sans support présent.
 - 8.2. Exposé (seul ou à plusieurs).
 - 8.3. Commentaire de textes, développement composé, essai...
9. Présentation et soutenance d'un dossier.

Critères d'évaluation

1. En toute situation.
 - 1.1. Compréhension du message par le destinataire.
 - 1.2. Présentation matérielle adaptée au type de message.
 - 1.3. Présence et exactitude des informations, des données, des notions requises par le sujet traité.
 - 1.4. Organisation et cohérence du message.
 - 1.4.1. Unité de sens (en rapport direct avec le sujet et la situation).
 - 1.4.2. Structure interne (déroulement chronologique, articulation logique, progression adaptée à l'objectif visé).
2. Selon les situations.
 - 2.1. Efficacité du message (densité du propos, netteté de la conclusion...).
 - 2.2. Implication ou non de l'émetteur (attendue dans un rapport, proscrite dans un résumé, par exemple).
 - 2.3. Exploitation opportune des références culturelles, de l'expérience personnelle.
 - 2.4. Originalité de l'écriture, du contenu.

Capacité E – apprécier un message ou une situation

Compétences caractéristiques – être capable de :

1. Apprécier les données d'une situation vécue (événement, conduite, débat, etc.).
2. Évaluer l'intérêt, la pertinence, la cohérence, la portée d'un message (y compris de son propre message) ou de certains de ses éléments.
3. Justifier son point de vue.
4. Établir un bilan critique.

Situations possibles

1. Formulation d'un jugement critique après lecture, étude, audition, observation (voir situations évoquées en A, B, C, D).
2. Auto-évaluation.

Critères d'évaluation

1. En toute situation
 - 1.1. Choix motivé et utilisation judicieuse des éléments de la situation ou du message examinés :
 - distinction entre l'essentiel et l'accessoire ;
 - recul par rapport au message ou à la situation ;
 - mise en perspective des éléments retenus ;
 - jugement critique.
 - 1.2. Pertinence des arguments logiques et hiérarchisation de ces arguments.
2. En situation d'auto-évaluation

Perception juste de l'effet produit sur autrui, de la valeur de sa prestation par rapport aux exigences requises.

Technique β – la langue à l’écrit

Compétences caractéristiques

1. Rédiger un message lisible (graphie, ponctuation, mise en page).
2. Respecter le code linguistique écrit (morphologie, orthographe lexicale et grammaticale, syntaxe).
3. Respecter la logique d’un texte écrit (connecteurs, marques de chronologie, reprises anaphoriques).
4. Prendre en compte la situation d’écriture (niveau de langue, précision lexicale).

Situations possibles

1. Les situations de production de message écrit évoquées en D.
2. Toute activité spécifique permettant de consolider la maîtrise du code écrit.

Critères d’évaluation

Ces critères sont définis par les compétences caractéristiques énumérées ci-dessus.

Unités communes à plusieurs spécialités de BTS et dispenses d'épreuves au titre d'un autre diplôme

U1 – culture générale et expression

Pour les dispenses de l'unité U1, se référer à l'arrêté du 24 juin 2005 (BO n° 28 du 21 juillet 2005).

Les bénéficiaires de l'unité « culture générale et expression » d'une spécialité de BTS qui souhaitent se présenter à une autre spécialité sont, à leur demande, dispensés de l'épreuve correspondant à l'unité « culture générale et expression ».

U3 – environnement juridique et économique

Pour les dispenses de l'unité U3 « environnement juridique et économique », se référer à l'arrêté du 24 juin 2005 (BO n° 28 du 21 juillet 2005).

Les bénéficiaires de l'unité U3 « environnement juridique et économique » d'une spécialité de BTS du secteur tertiaire qui souhaitent se présenter à une autre spécialité de BTS du secteur tertiaire sont, à leur demande, dispensés de l'épreuve correspondant à l'unité « environnement juridique et économique ».

Diplômes donnant droit à dispense de certaines unités du BTS Commerce international à référentiel commun européen

Diplômes acquis	U2 Langue vivante étrangère	U3 Environnement juridique et économique
BTS agricole tertiaire		Dispense
DEUG / licence / maîtrise sciences économiques	Dispense	Dispense
DEUG / licence administration économique et sociale	Dispense	Dispense
DEUG / licence gestion	Dispense	Dispense
DEUG / licence économie gestion	Dispense	Dispense
DEUG / licence en droit	Dispense	Dispense
DEUG / licence langue étrangère appliquée	Dispense	Dispense
DEUST banques, organismes financiers et de prévoyance	Dispense	Dispense
Licence management et gestion des entreprises	Dispense	Dispense
Licence commercialisation de produits financiers	Dispense	Dispense

Licence de banque	Dispense	Dispense
-------------------	----------	----------

ANNEXE II
Stage en milieu professionnel

Stage en milieu professionnel

Garantes de la qualité de la formation et de son adaptation aux opportunités et contraintes des métiers commerciaux visés, les périodes en entreprise constituent un gage d'insertion professionnelle.

La qualité des périodes en entreprise repose sur un engagement pédagogique des trois partenaires suivants :

- l'entreprise d'accueil, qui confie à l'étudiant des activités professionnelles correspondant au référentiel et au niveau d'exigence du diplôme ;
- l'étudiant, qui définit avec l'entreprise et l'équipe pédagogique les objectifs et les contenus de ses missions en entreprise ;
- l'équipe pédagogique, qui encadre, conseille, met en cohérence et articule les différentes modalités d'appropriation des compétences et des savoirs. Elle veille notamment à ce qu'ils soient transférables à des situations professionnelles comparables.

Les entreprises accueillant des étudiants en BTS Commerce international doivent proposer des biens et/ou des services à une clientèle de particuliers ou de professionnels (utilisateurs, prescripteurs, revendeurs, distributeurs, transporteurs, transitaires, agent commercial...).

1. Objectifs

Les périodes en entreprise ont pour objectif de permettre à l'étudiant d'acquérir et/ou d'approfondir ses compétences professionnelles en situation réelle de travail et d'améliorer sa connaissance du milieu professionnel et de l'emploi.

Elles s'inscrivent dans la progression élaborée par l'équipe pédagogique et induisent naturellement une approche interdisciplinaire qui combine des savoirs et compétences issus des enseignements professionnels et généraux. Elles sont également le lieu naturel de l'utilisation des technologies de l'information commerciale et de la communication.

Particulièrement valorisées lors des épreuves du BTS Commerce international, les périodes en entreprise servent de support direct à deux épreuves professionnelles : E51 Prospection et suivi de clientèle et E62 Conduite des opérations import et export. Elles constituent donc les moments privilégiés :

- pour nourrir le dossier d'analyse et de conduite d'opérations de prospection commerciale internationale ;
- pour étudier et/ou participer à la mise en œuvre d'une opération d'import-export dans ses dimensions administratives, organisationnelles et relationnelles.

2. Organisation

2.1. Voie scolaire

Les périodes en entreprise prennent la forme d'un stage en milieu professionnel obligatoire pour les candidats scolaires relevant d'une préparation présentielle ou à distance.

Les stages sont organisés avec le concours des milieux professionnels et sont placés sous le contrôle de l'équipe pédagogique dont relève l'étudiant.

Chaque période de stage en entreprise fait l'objet d'une convention entre l'établissement fréquenté par l'étudiant et l'entreprise d'accueil. Cette convention est établie conformément aux dispositions en vigueur. Toutefois, cette convention pourra être adaptée pour tenir compte des contraintes imposées par la législation du pays d'accueil.

La convention de stage doit préciser :

- les modalités de couverture en matière d'accident du travail et de responsabilité civile ;
- les objectifs du stage ;
- la durée et le calendrier du stage ;
- les modalités de suivi du stagiaire par les professeurs de l'équipe pédagogique responsable de la formation de l'étudiant.

Pendant le stage en entreprise, l'étudiant a obligatoirement la qualité d'élève stagiaire et non de salarié.

En fin de stage, une attestation est remise au stagiaire par le responsable de l'entreprise d'accueil.

Afin d'en assurer le caractère formateur, le stage est placé sous la responsabilité pédagogique des professeurs assurant les enseignements professionnels. Cette équipe pédagogique est responsable de l'explicitation des objectifs du stage, de sa mise en place, de son suivi et de l'exploitation qui en est faite. Elle doit veiller à informer les responsables des entreprises d'accueil des objectifs du stage et plus particulièrement des compétences qu'il vise à développer.

Deux périodes de stage en entreprise seront mises en place, la première se déroule en fin de première année et la seconde en cours de deuxième année.

Première période de stage en entreprise

La première période de stage en entreprise se déroule en première année sur une durée minimale de huit semaines dont quatre semaines au minimum à l'étranger, de préférence dans un pays non francophone. Elle implique la présence continue du stagiaire en entreprise pendant la durée du stage. Dans le cas d'un prolongement sur la période de vacances scolaires, la convention de stage avec l'entreprise en précisera les modalités, sous réserve du respect d'une période de quatre semaines consécutives de repos pendant les vacances d'été.

Le ou les stages de première année doivent permettre de développer les compétences relatives à la prospection clientèle. Au cours du stage à l'étranger, la prospection clientèle peut être menée vers un pays tiers, sur le marché national étranger ou éventuellement vers la France. Si une partie de la période de stage se déroule en France, l'action de prospection sera obligatoirement en direction d'un pays étranger. Un cahier des charges décrivant les objectifs et modalités de cette mission est remis à l'entreprise d'accueil.

La recherche de l'entreprise d'accueil est assurée conjointement par l'étudiant et l'équipe pédagogique chargée du module « Prospection et suivi de clientèle ». Deux heures d'aide à la mobilité et au partenariat sont proposées facultativement au(x) professeur(s) de l'équipe afin de faciliter cette recherche et de mettre en place des relations de partenariat avec les entreprises d'accueil.

Deuxième période de stage en entreprise

La deuxième période de stage s'effectue en France ou à l'étranger, obligatoirement dans une entreprise réalisant des opérations de commerce international (importation, exportation, dédouanement, transport et logistique, techniques bancaires) permettant entre autres de travailler sur une chaîne documentaire.

Elle implique la présence continue du stagiaire en entreprise pendant quatre semaines au minimum.

La recherche de l'entreprise d'accueil est assurée conjointement par l'étudiant et l'équipe pédagogique chargée des modules « Gestion des opérations d'import-export ».

Deux heures d'aide à la mobilité et au partenariat sont proposées facultativement au(x) professeur(s) de l'équipe afin de faciliter cette recherche et mettre en place des relations de partenariat avec les entreprises d'accueil.

Missions de prospection export pour le compte d'une entreprise française

Des missions de prospection export peuvent être organisées par les équipes pédagogiques dans le cadre de la préparation de l'épreuve « Prospection et suivi de clientèle ».

Ces missions donnent lieu à signature d'une convention de stage conforme à la réglementation en vigueur (précisant en outre les périodes et les lieux de déplacement à l'étranger) entre les représentants de l'entreprise et l'établissement de formation.

Pendant la mission, l'étudiant a obligatoirement la qualité d'étudiant stagiaire et non de salarié.

En fin de mission, une attestation est remise au stagiaire par le responsable de l'entreprise signataire de la convention.

2.2. Voie de l'apprentissage

Pour les apprentis, les attestations de stage sont remplacées par la photocopie du contrat de travail ou par un certificat de l'employeur confirmant le statut du candidat comme apprenti dans son entreprise.

Les activités effectuées au sein de l'entreprise doivent être en cohérence avec les exigences du référentiel et seront précisées en annexe des certificats ou contrat de travail remis par l'employeur.

Les objectifs pédagogiques sont les mêmes que ceux des étudiants sous statut scolaire.

2.3. Voie de la formation continue

a) Candidat en situation de première formation ou en situation de reconversion

La durée de stage est de douze semaines dont quatre au minimum à l'étranger. Elle s'ajoute à la durée de formation dispensée dans le centre de formation continue en application de l'article 11 du décret n° 95-665 du 9 mai 1995 modifié portant règlement général du brevet de technicien supérieur.

L'organisme de formation peut concourir à la recherche de l'entreprise d'accueil.

Le stagiaire peut avoir la qualité de salarié d'un autre secteur professionnel.

Lorsque cette préparation s'effectue dans le cadre d'un contrat de travail de type particulier, le stage obligatoire est inclus dans la période de formation dispensée en milieu professionnel si les activités effectuées sont en cohérence avec les exigences du référentiel et conformes aux objectifs et aux modalités générales définis ci-dessus. Dans tous les cas, quatre semaines au minimum de présence continue en entreprise à l'étranger devront être effectuées.

b) Candidat en situation de perfectionnement

L'attestation de stage peut être remplacée par un ou plusieurs certificats de travail attestant que l'intéressé a été occupé dans des activités relevant du domaine du commerce international.

Les activités doivent être en cohérence avec les exigences du référentiel et conformes aux objectifs et aux modalités générales définis ci-dessus.

Elles doivent avoir été effectuées en qualité de salarié à plein temps pendant six mois au cours de l'année précédant l'examen ou à temps partiel pendant un an au cours des deux années précédant l'examen.

2.4. Candidats en formation à distance

Les candidats relèvent, selon leur statut (scolaire, apprenti, formation continue), de l'un des cas précédents.

2.5. Candidats qui se présentent au titre de leur expérience professionnelle

L'attestation de stage est remplacée par un ou plusieurs certificats de travail justifiant de la nature et de la durée de l'emploi occupé.

Les activités effectuées au sein de l'entreprise doivent être en cohérence avec les exigences du référentiel et seront précisées en annexe des certificats de travail remis par l'employeur.

3. Aménagement de la durée de stage

La durée obligatoire minimale du stage est de douze semaines, dont quatre au minimum à l'étranger.

En cas d'impossibilité majeure justifiée de la réalisation d'un séjour à l'étranger, le recteur d'académie peut accorder une dérogation. Le candidat devra alors justifier de la totalité de la durée de stage en France.

Cette durée peut être réduite, soit pour une raison de force majeure dûment constatée, soit dans le cas d'une décision d'aménagement de la formation ou d'une décision de positionnement à une durée qui ne peut être inférieure à huit semaines dont trois au minimum à l'étranger.

4. Candidats ayant échoué à une session antérieure de l'examen

Les candidats ayant échoué à une session antérieure de l'examen peuvent, s'ils le jugent nécessaire, au vu des éléments de notes et du regard porté par le jury, effectuer un stage en entreprise permettant d'acquérir les compétences requises pour la validation de l'épreuve E51 Prospection et suivi de clientèle et/ou l'épreuve E62 Conduite des opérations import-export.

Toutefois, les candidats scolaires redoublants doivent effectuer les stages que leur établissement organise.

ANNEXE III
Horaires d'enseignement

Horaires d'enseignement

Unités de formation	Première année		Deuxième année	
	Horaire hebdomadaire	Volume annuel (à titre indicatif)	Horaire hebdomadaire	Volume annuel (à titre indicatif)
Étude et veille commerciales internationales				
Étude et veille des marchés étrangers	4 + (2)	216		
Informatique commerciale	0 + (3)	108		
Vente à l'export				
Prospection et suivi de clientèle	2 + (2)	144	2 ¹	72
Communication et management interculturels	2	72		
Négociation vente			3 ² + (2)	108
Négociation vente en LVE			2 ³	72
Gestion des opérations d'import-export			5 + (2)	252
Langues vivantes étrangères				
Langue vivante A	2 ⁴ + (1)	108	2 + (1)	108
Langue vivante B	2 ⁵ + (1)	108	2 + (1)	108
Culture générale et expression	1 + (1)	72	1 + (1)	72
Environnement économique et juridique	6	216	6	216
TOTAL	19 + (10)	1 044⁶	21⁷ + (7)	1 044⁸
Enseignement facultatif				
Langue vivante C	2		2	
Aide au partenariat et à la mobilité	2		2	
Accès des étudiants aux ressources informatiques et documentaires de l'établissement	3		3	

1. À regrouper sur le premier semestre, et si nécessaire en demi-classe.

2. Dont 2 heures en co-enseignement avec la négociation-vente en langue étrangère, c'est-à-dire assurées conjointement par le professeur en charge de l'enseignement de négociation-vente et des professeurs en charge des enseignements de langue vivante de spécialité.

3. Pour chacune des langues de spécialité offertes par l'établissement.

4. 3 heures pour les élèves issus de terminale STG ou de baccalauréat professionnel.

5. 3 heures pour les élèves issus de terminale STG ou de baccalauréat professionnel.

6. Ces horaires incluent les semaines de stage obligatoire en entreprise.

7. Compte tenu des 2 heures de co-enseignement en négociation-vente en langue étrangère

8. Ces horaires incluent les semaines de stage obligatoire en entreprise.

ANNEXE IV
Règlement d'examen

Règlement d'examen

BTS Commerce international à référentiel commun européen			Voie scolaire dans un établissement public ou privé sous contrat Voie de l'apprentissage dans un établissement habilité Voie de formation professionnelle continue dans un établissement public habilité		Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités		Voie scolaire dans un établissement privé, CFA ou section d'apprentissage non habilité Formation professionnelle continue dans les établissements publics non habilités ou en établissement privé Enseignement à distance, candidats justifiant de 3 ans d'expérience professionnelle	
Épreuves	Unité	Coef.	Forme	Durée	Forme	Durée	Forme	Durée
E1 – culture générale et expression	U1	5	Écrite	4 h	CCF 3 situations d'évaluation		Écrite	4 h
E2 – langues vivantes étrangères								
<i>Sous-épreuve</i> Langue vivante étrangère A	U21	5	Écrite Orale	3 h 20 min*	CCF 4 situations d'évaluation		Écrite Orale	3 h 20 min*
<i>Sous-épreuve</i> Langue vivante étrangère B	U22	5	Écrite Orale	3 h 20 min*	CCF 4 situations d'évaluation		Écrite Orale	3 h 20 min*
E3 – environnement juridique et économique	U3	5	Écrite	4 h	CCF 3 situations d'évaluation		Écrite	4 h
E4 – études et veille commerciales								
<i>Sous-épreuve</i> Analyse diagnostique des marchés étrangers	U41	4	CCF 2 situations d'évaluation		CCF 2 situations d'évaluation		Écrite	3 h
<i>Sous-épreuve</i> Exploitation du système d'information	U42	2	CCF 2 situations d'évaluation		CCF 2 situations d'évaluation		Orale et pratique	30 min
E5 Vente à l'export								
<i>Sous-épreuve</i> Prospection et suivi de clientèle	U51	3	CCF 1 situation d'évaluation		CCF 1 situation d'évaluation		Écrite	3 h
<i>Sous-épreuve</i> Négociation vente en langue vivante étrangère	U52	3	CCF 2 situations d'évaluation		CCF 2 situations d'évaluation		Orale	40 min ¹ + 40 min
E6 Gestion des opérations d'import-export								
<i>Sous-épreuve</i> Montage des opérations d'import-export	U61	4	Écrite	4 h	Écrite	4 h	Écrite	4 h
<i>Sous-épreuve</i> Conduite des opérations d'import-export	U62	2	Orale	30 min	Orale	30 min	Orale	30 min
Épreuve facultative								
EF1 Langue vivante étrangère C ²	UF1		Orale	20 min*	Orale	20 min*	Orale	20 min*

Les langues vivantes autorisées pour cette épreuve sont fixées par la note de service n° 06-107 du 29 juin 2006.

* + 20 minutes de préparation.

1. Durée de préparation.

2. La langue vivante étrangère choisie au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différente de celle choisie au titre de l'épreuve obligatoire. Seuls les points au-dessus de la moyenne sont pris en compte.

ANNEXE V
Définition des épreuves ponctuelles
et des situations d'évaluation
en cours de formation

Définition des épreuves ponctuelles et des situations d'évaluation en cours de formation

E1 – culture générale et expression

Coefficient 5.

1. Finalités et objectifs

L'objectif visé est de certifier l'aptitude des candidats à communiquer avec efficacité dans la vie courante et dans la vie professionnelle.

L'évaluation sert donc à vérifier les capacités du candidat à :

- tirer parti des documents lus dans l'année et de la réflexion menée en cours ;
- rendre compte d'une culture acquise en cours de formation ;
- apprécier un message ou une situation ;
- communiquer par écrit ou oralement ;
- appréhender un message ;
- réaliser un message.

2. Formes de l'évaluation

A. Forme ponctuelle (écrite, durée : 4 heures)

On propose trois à quatre documents de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, documents iconographiques, tableaux statistiques, etc.) choisis en référence à l'un des deux thèmes inscrits au programme de la deuxième année de STS. Chacun d'eux est daté et situé dans son contexte.

Première partie : synthèse (notée sur 40)

Le candidat rédige une synthèse objective en confrontant les documents fournis.

Deuxième partie : écriture personnelle (notée sur 20)

Le candidat répond de façon argumentée à une question relative aux documents proposés.

La question posée invite à confronter les documents proposés en synthèse et les études de documents menées dans l'année en cours de « culture générale et expression ».

La note globale est ramenée à une note sur 20 points.

B. Contrôle en cours de formation

L'unité de français est constituée de trois situations d'évaluation de poids identiques :

- deux situations relatives à l'évaluation de la capacité du candidat à appréhender et à réaliser un message écrit ;
- une situation relative à la capacité du candidat à communiquer oralement, évaluée lors de la soutenance du rapport de stage.

1) Première situation d'évaluation (durée indicative : 2 heures)

a) Objectif général : évaluation de la capacité du candidat à appréhender et réaliser un message écrit.

b) Compétences à évaluer :

- respecter les contraintes de la langue écrite ;
- synthétiser des informations : fidélité à la signification des documents, exactitude et précision dans leur compréhension et leur mise en relation, pertinence des choix opérés en fonction du problème posé et de la problématique, cohérence de la production (classement et enchaînement des éléments, équilibre des parties, densité du propos, efficacité du message).

c) Exemple de situation : réalisation d'une synthèse de documents à partir de deux à trois documents de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, documents iconographiques, tableaux statistiques,

etc.) dont chacun est daté et situé dans son contexte. Ces documents font référence au deuxième thème du programme de la deuxième année de STS.

2) Deuxième situation d'évaluation (durée indicative : 2 heures)

a) Objectif général : évaluation de la capacité du candidat à appréhender et réaliser un message écrit.

b) Compétences à évaluer :

- respecter les contraintes de la langue écrite ;
- répondre de façon argumentée à une question posée en relation avec les documents proposés en lecture.

c) Exemple de situation : à partir d'un dossier donné à lire dans les jours qui précèdent la situation d'évaluation et composé de deux à trois documents de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, documents iconographiques, tableaux statistiques, etc.), reliés par une problématique explicite en référence à un des deux thèmes inscrits au programme de la deuxième année de STS, et dont chaque document est daté et situé dans son contexte, rédaction d'une réponse argumentée à une question portant sur la problématique du dossier.

3) Troisième situation d'évaluation

a) Objectif général : évaluation de la capacité du candidat à communiquer oralement.

b) Compétences à évaluer :

- s'adapter à la situation (maîtrise des contraintes de temps, de lieu, d'objectifs et d'adaptation au destinataire, choix des moyens d'expression appropriés, prise en compte de l'attitude et des questions du ou des interlocuteurs) ;
- organiser un message oral : respect du sujet, structure interne du message (intelligibilité, précision et pertinence des idées, valeur de l'argumentation, netteté de la conclusion, pertinence des réponses...).

c) Exemple de situation : la capacité du candidat à communiquer oralement est évaluée au moment de la soutenance du rapport de stage.

Chaque situation est notée sur 20 points. La note globale est ramenée à une note sur 20.

E2 – langues vivantes étrangères

Coefficient 10.

1. Finalité et objectifs

L'épreuve a pour but d'évaluer les compétences fondamentales suivantes :

- compréhension écrite de documents professionnels, brochures, dossiers, articles de presse... ;
- et/ou – compréhension orale d'informations à caractère professionnel ;
- et/ou – expression écrite : prise de notes, rédaction de comptes rendus, de message... ;
- expression orale : langue de communication, conversations de type simple au téléphone...

2. Modes d'évaluation

A. Forme ponctuelle

a) Partie écrite

Langue vivante étrangère A : épreuve écrite, durée 3 heures, coefficient 2,5.

Langue vivante étrangère B : épreuve écrite, durée 3 heures, coefficient 2,5.

L'épreuve se compose de trois exercices de même pondération :

- traduction en français d'un texte à caractère économique ou commercial en langue étrangère ou compte rendu en français de documents à caractère économique ou commercial en langue étrangère ;
- traduction en langue étrangère d'une lettre commerciale rédigée en français ou élaboration en langue étrangère d'une lettre commerciale à partir d'éléments donnés en français ;
- rédaction en langue étrangère, soit en réponse à des questions liées au texte du premier exercice, soit en développement d'un sujet proposé (à caractère économique ou commercial).

L'usage d'un dictionnaire bilingue est autorisé.

b) Partie orale

Langue vivante étrangère A : épreuve orale, durée 20 minutes, coefficient 2,5.

Langue vivante étrangère B : épreuve orale, durée 20 minutes, coefficient 2,5.

Audition d'un enregistrement de bonne qualité d'un texte, non tiré d'un manuel, à caractère économique ou commercial, suivi d'un résumé et d'un entretien conduit en langue étrangère.

Si les circonstances l'exigent, le texte peut être lu par l'examineur.

L'audition dure trois minutes au maximum. Le débit est naturel. On procède à deux écoutes. Le candidat est autorisé à prendre des notes au fur et à mesure.

B. Contrôle en cours de formation

Il est constitué de quatre situations d'évaluation de même poids en langue vivante étrangère A, et de quatre situations d'évaluation de même poids en langue vivante étrangère B, correspondant aux quatre capacités :

- compréhension écrite ;
- compréhension orale ;
- expression écrite ;
- expression orale.

a) Première situation d'évaluation en langue vivante étrangère A et en langue vivante étrangère B : compréhension écrite

Évaluer, à partir d'un ou deux supports liés à la pratique de la profession, la compréhension de la langue vivante étrangère par le biais de résumés, compte rendus, réponses à des questions factuelles, rédigés en français ou en langue vivante étrangère traductions...

Le candidat devra faire la preuve des compétences suivantes :

- repérage, identification, mise en relation des éléments identifiés, hiérarchisation des informations, inférence ;
- exactitude dans le rapport des faits, pertinence et intelligibilité.

b) Deuxième situation d'évaluation en langue vivante étrangère A et en langue vivante étrangère B : compréhension orale

Évaluer à partir d'un support audio-oral l'aptitude à comprendre le message auditif exprimé en langue vivante étrangère par le biais de :

- questions factuelles simples ;
- questions à choix multiples ;
- reproductions des éléments essentiels d'information issus du document ;
- résumés rédigés en langue vivante étrangère ou en français.

Le candidat devra faire la preuve des compétences suivantes :

- anticipation ;
- repérage, identification des éléments prévisibles ;
- sélection, organisation, hiérarchisation des informations ;
- inférence.

c) Deuxième situation d'évaluation en langue vivante étrangère A et en langue vivante étrangère B : expression écrite

Évaluer la capacité du candidat à s'exprimer par écrit en langue étrangère au moyen de :

- la production de prises de notes ;
- la rédaction de résumés de support proposé ;
- la rédaction de comptes rendus de support proposé ;
- la rédaction de messages liés à l'exercice de la profession.

Le candidat devra faire la preuve des compétences suivantes :

- mémorisation ;
- mobilisation des acquis ;
- aptitude à la reformulation ;
- aptitude à combiner les éléments linguistiques acquis en énoncés pertinents et intelligibles ;

- utilisation correcte et précise des éléments linguistiques contenus dans le programme de consolidation de seconde :
 - éléments fondamentaux : déterminants, temps, formes auxiliaires, modalités, connecteurs, compléments adverbiaux... ;
 - éléments lexicaux : pratique des termes tirés des documents à caractère professionnel utilisés ;
- construction de phrases simples, composées et complexes.

d) Deuxième situation d'évaluation en langue vivante étrangère A et en langue vivante étrangère B : expression orale

Évaluer la capacité à s'exprimer oralement en langue vivante étrangère de façon pertinente et intelligible. Le support proposé permettra d'évaluer l'aptitude à dialoguer en langue vivante étrangère dans une situation liée au domaine professionnel au moyen de phrases simples, composées et complexes.

Le candidat devra faire la preuve des compétences suivantes :

- mobilisation des acquis ;
- aptitude à la reformulation juste et précise ;
- aptitude à combiner des éléments acquis en cours de formation en énoncés pertinents et intelligibles ;
- exigences lexicale et grammaticale (*cf.* programme de consolidation de seconde).

E3 – environnement juridique et économique

Coefficient 5.

1. Finalités et objectifs

L'objectif visé est d'évaluer les compétences économiques et juridiques exprimées au sein du référentiel dans leurs composants méthodologiques et notionnels.

On veut apprécier l'aptitude du candidat à :

- appréhender l'environnement économique, juridique et social et en percevoir l'évolution ;
- analyser une situation et poser un problème ;
- mener une réflexion et construire une argumentation.

2. Contenu

L'unité U3 d'économie-droit est validée par le contrôle de l'acquisition des savoirs et des compétences figurant dans le programme d'économie générale, d'économie d'entreprise et de droit des sections de techniciens supérieurs du secteur tertiaire (arrêté du 26 juillet 1995 modifié) ainsi que les éléments économiques et juridiques liés aux enseignements de commerce international.

3. Critères d'évaluation

Les trois disciplines évaluées ont un poids sensiblement égal.

Il est tenu compte :

- de la pertinence de l'analyse ;
- de la rigueur de la démarche ;
- de l'exactitude des connaissances ;
- de la logique du raisonnement.

4. Mode d'évaluation

A. Forme ponctuelle (épreuve écrite, durée 4 heures, coefficient 5)

L'épreuve comporte deux parties indépendantes :

- l'une vise à évaluer plus particulièrement les compétences méthodologiques relatives à l'exploitation d'informations économiques et/ou juridiques ;
- l'autre vise à apprécier la réflexion du candidat et son aptitude à construire un développement structuré sur une ou deux questions relevant du domaine de l'économie générale, de l'économie d'entreprise, du droit ou associant deux d'entre eux.

Cette partie peut éventuellement prendre appui sur une documentation.

B. Contrôle en cours de formation

Trois situations d'évaluation sont réparties sur le temps de formation et complémentaires les unes des autres en termes de compétences évaluées, dans leurs composantes méthodologiques et notionnelles.

L'une des trois situations devra associer au moins deux des trois disciplines constitutives de l'unité.

Les trois domaines d'enseignement devront au total avoir été évalués. Les compétences méthodologiques et l'aptitude à la construction structurée devront avoir fait l'objet d'une évaluation spécifique.

Chaque évaluation prend la forme d'une prestation écrite (d'une durée minimale de deux heures chacune). Les situations proposées et les grilles d'évaluation utilisées seront mises à la disposition du jury.

E4 – études et veille commerciales

Coefficient 6.

U41 – analyse diagnostique des marchés étrangers

Coefficient 4.

1. Finalités et objectifs

Cette épreuve permet d'évaluer les compétences du candidat à mener une veille commerciale permanente, à collecter de l'information économique, juridique, sociale et commerciale relative à un marché étranger et à préparer la prise de décision commerciale internationale.

2. Contenu

Les compétences suivantes sont évaluées :

- UC41CP1 Mener une veille commerciale permanente (recherche documentaire), collecter l'information à l'étranger, s'assurer de sa fiabilité et de sa pertinence au regard de la recherche
- UC41CP2 Analyser et sélectionner l'information commerciale et repérer les contraintes réglementaires sur les marchés étrangers
- UC41CP3 Élaborer le cahier des charges pour sous-traiter des études et assurer le suivi de sa mise en œuvre sur le marché étranger
- UC41CP4 Formuler des recommandations pour établir un plan d'action opérationnel conforme à la politique commerciale de l'entreprise et aux conclusions de l'analyse diagnostique du marché étranger
- UC41CP5 Analyser et établir la synthèse de l'information collectée.

Les attitudes professionnelles suivantes sont évaluées :

- UC41AP1 Organiser les priorités de travail, établir le planning de travail et être autonome dans l'organisation de son travail
- UC41AP2 Être attentif aux opportunités et aux menaces détectées dans l'environnement
- UC41AP3 Adopter un mode de raisonnement commercial.

Les savoirs associés suivants sont mobilisés :

- S11.1 Démarche marketing
- S11.2 Structure et fonctionnement d'un marché
- S11.3 Plan marketing
- S11.4 Veille
- S11.5 Études de marché
- S11.6 Diagnostic export
- S11.7 Stratégie d'internationalisation
- S11.8 Réseaux de soutien à l'internationalisation
- S12.1 Environnement géopolitique
- S12.2 Grandes zones géopolitiques
- S13.1 Statistiques descriptives

- S13.2 Gestion du temps
- S14.1 Communication écrite
- S15.1 L'approche des différents cadres juridiques.

3. Critères d'évaluation

L'évaluation des compétences implique la mobilisation des savoirs associés cités précédemment et s'appuie sur les critères suivants :

- efficacité de la gestion du temps et de l'organisation du travail ;
- rigueur de la recherche et de la sélection des informations ;
- qualité de l'analyse et de la synthèse des informations ;
- cohérence des conclusions et recommandations ;
- qualité de la communication écrite.

Les objectifs, les contenus et les critères d'évaluation sont identiques quelle que soit la modalité d'évaluation.

4. Modalités d'évaluation

A. Contrôle en cours de formation

Le candidat se présente en fonction du calendrier de passage élaboré par l'établissement de formation.

Situation d'évaluation 1 (coefficient 2) – étude d'un marché étranger

Épreuve orale. Interrogation 15 minutes au maximum.

À partir d'un cahier des charges proposé par une entreprise ou l'équipe pédagogique, le candidat réalise l'étude d'un marché étranger.

La situation d'évaluation s'appuie sur un dossier personnel élaboré par le candidat (dix pages au maximum, hors annexes). Ce dossier, présenté selon les règles de la communication écrite professionnelle, doit comporter :

- une présentation du contexte de l'étude ;
- une description de la méthodologie de recherche d'informations présentant explicitement le planning de réalisation de l'étude, les supports et les sources ;
- une analyse critique des sources utilisées ;
- une synthèse organisée des informations traitées mettant en évidence des données pays et des données sectorielles ;
- le cas échéant, un cahier des charges pour sous-traiter une étude permettant de collecter des informations complémentaires nécessaires ;
- des annexes constituées des informations brutes collectées.

Déroulement de la situation d'évaluation (oral d'une durée de 15 minutes au maximum)

Le dossier support de l'épreuve est mis à la disposition de la commission d'évaluation une semaine avant la date fixée pour l'interrogation.

Le candidat présente son dossier pendant 5 minutes. La commission d'évaluation s'entretient pendant 10 minutes au maximum avec le candidat sur les techniques et méthodes qu'il a utilisées à l'occasion de la réalisation de l'étude présentée.

Compétences évaluées

- UC41CP1 Mener une veille commerciale permanente (recherche documentaire), collecter l'information à l'étranger, s'assurer de sa fiabilité et de sa pertinence au regard de la recherche
- UC41CP2 Analyser et sélectionner l'information commerciale et repérer les contraintes réglementaires sur les marchés étrangers
- UC41CP3 Élaborer le cahier des charges pour sous-traiter des études et assurer le suivi de sa mise en œuvre sur le marché étranger.

Attitude professionnelle évaluée

UC41AP1 Organiser les priorités de travail, établir le planning de travail et être autonome dans l'organisation de son travail.

Critères d'évaluation

- Efficacité de la gestion du temps et de l'organisation du travail
- Rigueur de la recherche et de la sélection des informations
- Qualité de l'analyse et de la synthèse des informations.

Composition de la commission d'interrogation

La commission est composée de deux membres : un professeur chargé de l'enseignement ayant ou ayant eu l'étudiant en unité de formation « Études et veille commerciales » et un professionnel. En cas d'absence du professionnel, celui-ci pourra être remplacé par un professeur chargé de l'un des enseignements « Études et veille commerciales », « Vente à l'export », « Gestion des opérations d'import-export ».

Situation d'évaluation 2 (coefficient 2) – diagnostic à l'international

Épreuve orale. Interrogation 15 minutes au maximum.

À partir du dossier présenté lors de la situation d'évaluation précédente, éventuellement enrichi, ou à partir d'un dossier proposé par une entreprise ou l'équipe pédagogique, le candidat établit un diagnostic interne et externe en vue de préparer une décision de développement international.

La situation d'évaluation s'appuie sur un dossier personnel élaboré par le candidat (cinq pages au maximum).

Ce dossier doit comporter :

- un diagnostic interne ;
- un diagnostic externe ;
- des conclusions et des recommandations dans le respect de la stratégie de l'entreprise.

Déroulement de la situation d'évaluation (oral d'une durée de 15 minutes au maximum)

Le dossier support de l'épreuve est mis à la disposition de la commission d'évaluation une semaine avant la date fixée pour l'interrogation.

Le candidat présente son dossier pendant 5 minutes. La commission d'évaluation s'entretient pendant 10 minutes au maximum avec le candidat sur les techniques et méthodes qu'il a utilisées à l'occasion de la réalisation de l'étude présentée.

Compétences évaluées

- UC41CP4 Formuler des recommandations pour établir un plan d'action opérationnel conforme à la politique commerciale de l'entreprise et aux conclusions de l'analyse diagnostique du marché étranger
- UC41CP5 Analyser et établir la synthèse de l'information collectée.

Attitudes professionnelles évaluées

- UC41AP2 Être attentif aux opportunités et aux menaces détectées dans l'environnement
- UC41AP3 Adopter un mode de raisonnement commercial.

Critères d'évaluation

- Qualité de l'analyse et de la synthèse des informations
- Cohérence des conclusions et recommandations
- Qualité de la communication écrite.

Composition de la commission d'interrogation

La commission est composée de deux membres : un professeur chargé de l'enseignement ayant ou ayant eu l'étudiant en unité de formation « Études et veille commerciales » et un professionnel. En cas d'absence du professionnel, celui-ci pourra être remplacé par un professeur chargé de l'un des enseignements « Études et veille commerciales », « Vente à l'export », « Gestion des opérations d'import-export ».

B. Forme ponctuelle

Épreuve écrite. Durée 3 heures. Coefficient 4.

Un dossier est fourni au candidat. Ce dossier comprend des informations relatives à un marché étranger et à une situation d'entreprise. Certains des documents peuvent être en langue anglaise.

En fonction de cette situation, le candidat peut être amené à :

- présenter une méthodologie de recherche d'informations ;
- proposer une analyse critique des sources utilisées, le cas échéant, un cahier des charges pour sous-traiter une étude permettant de collecter des informations complémentaires nécessaires ;
- identifier les problèmes ;
- établir des conclusions et des recommandations dans le respect de la stratégie de l'entreprise ;
- établir un diagnostic interne et externe en vue de préparer une décision de développement international.

La commission de correction est composée d'un professeur chargé de l'enseignement « Études et veille commerciales ».

U42 Exploitation du système d'information

Coefficient 2.

1. Finalités et objectifs

Cette épreuve permet d'évaluer, dans un contexte professionnel de collecte et traitement de l'information commerciale, les compétences des candidats dans le domaine de l'utilisation de l'outil informatique, à présenter et diffuser l'information commerciale en respectant les contraintes techniques et éthiques. La validation de cette épreuve couvre l'ensemble des compétences du C2i niveau 1 ainsi que des compétences spécifiques au domaine professionnel.

2. Contenu

Les compétences suivantes sont évaluées :

- UC42CP1 Utiliser les techniques appropriées pour collecter l'information disponible sous tous supports
- UC42CP2 Organiser et évaluer le processus de collecte et de traitement de l'information
- UC42CP3 Utiliser et mettre à jour une base de données de contacts d'affaire
- UC42CP4 Mettre à jour et enrichir régulièrement le système d'information commerciale
- UC42CP5 Communiquer pour préparer la décision.

L'attitude professionnelle suivante est évaluée :

UC42AP1 Mener une veille informationnelle méthodique.

Cette unité mobilise les savoirs associés suivants :

- S2.1 Composantes et fonctionnalités d'une configuration informatique
- S2.2 Techniques de recherches d'informations
- S2.3 Utilisations professionnelles et fonctionnalités des logiciels bureautiques
- S2.4 Outils de communication électronique
- S2.5 Bases de données
- S2.6 Protection des données.

3. Critères d'évaluation

L'évaluation des compétences implique la mobilisation des savoirs associés cités précédemment et s'appuie sur les critères suivants :

- maîtrise des outils bureautiques ;
- adaptation des supports à la situation de communication ;
- maîtrise des outils de travail collaboratif ;
- maîtrise des outils numériques de recherche d'informations ;
- maîtrise de l'utilisation des bases de données ;
- capacité à enrichir le système d'information ;
- respect de la sécurité et de l'intégrité du système d'information commerciale.

Les objectifs, les contenus et les critères d'évaluation sont identiques quelle que soit la modalité d'évaluation.

4. Modalités d'évaluation

A. Contrôle en cours de formation

Le candidat se présente en fonction du calendrier de passage élaboré par l'établissement de formation.

Situation d'évaluation 1 (coefficient 1) – recherche et exploitation d'informations

Situation orale et pratique. Interrogation 15 minutes au maximum sur poste informatique.

L'évaluation prend appui sur les travaux menés par le candidat en matière de recherche, de mise en forme d'informations et de mise à jour du système d'information. Ces travaux partent d'une situation professionnelle fournie par une entreprise ou l'équipe pédagogique.

À partir d'un dossier structuré rassemblant les travaux effectués dans leur variété, le candidat présente pendant 5 minutes au maximum les outils numériques de recherche d'information utilisés, les modalités d'interrogation des bases de données auxquelles il a eu recours et les techniques de mise à jour des bases de données mises en œuvre.

La commission d'interrogation s'entretient ensuite avec le candidat pendant 10 minutes au maximum. L'entretien porte sur les techniques de collecte et de diffusion de l'information qu'il a mises en œuvre, sur les fonctionnalités des logiciels et des outils de communication électronique qu'il a utilisés.

La commission peut demander au candidat une manipulation à partir d'un poste de travail relié à un réseau et connecté à Internet.

Compétences évaluées

- UC42CP1 Utiliser les techniques appropriées pour collecter l'information disponible sous tous supports
- UC42CP2 Organiser et évaluer le processus de collecte et de traitement de l'information
- UC42CP3 Utiliser et mettre à jour une base de données de contacts d'affaires
- UC42CP4 Mettre à jour et enrichir régulièrement le système d'information commerciale.

Attitude professionnelle évaluée

UC42AP1 Mener une veille informationnelle méthodique

Critères d'évaluation

- Maîtrise des outils numériques de recherche d'informations
- Maîtrise de l'utilisation des bases de données
- Maîtrise des outils de travail collaboratif
- Capacité à enrichir le système d'information
- Respect de la sécurité et de l'intégrité du système d'information commerciale.

Composition de la commission d'interrogation

La commission d'interrogation est composée de deux professeurs intervenant en « Études et veille commerciales internationales » ou « Vente à l'export » ou « Gestion des opérations d'import-export », dont l'un au moins ayant ou ayant eu l'étudiant en unité de formation « Informatique commerciale ».

Situation d'évaluation 2 (coefficient 1) – communication professionnelle

Situation orale et pratique. Interrogation 15 minutes au maximum.

À partir d'un ensemble d'informations collectées et organisées préalablement dans le cadre d'une situation professionnelle fournie par une entreprise ou par l'équipe pédagogique, le candidat est mis dans une situation de communication précise et produit, au cours de sa formation et sous le contrôle de son formateur, les supports adaptés en utilisant les outils bureautiques. L'ensemble de ces supports est fourni à la commission d'interrogation une semaine avant l'évaluation.

Lors de l'évaluation, le candidat est amené à présenter pendant 5 minutes la situation de communication dans laquelle il a été placé et les supports qu'il a produits en fonction de cette situation. L'entretien avec la commission d'interrogation qui suit cette présentation porte sur la justification du choix des outils et supports. Au cours de cet entretien, le candidat peut être amené à faire une démonstration à partir des logiciels qu'il a utilisés.

Compétence évaluée

UC42CP5 Communiquer pour préparer la décision.

Critères d'évaluation

- Maîtrise des outils bureautiques.
- Adaptation des supports à la situation de communication.
- Maîtrise des outils de travail collaboratif.

Composition de la commission d'interrogation

La commission d'interrogation est composée de deux professeurs intervenant en « Études et veille commerciales internationales » ou « Vente à l'export » ou « Gestion des opérations d'import-export », dont l'un au moins ayant ou ayant eu l'étudiant en unité de formation « Informatique commerciale ».

B. Forme ponctuelle

Épreuve pratique et orale (coefficient 2).

Interrogation 30 minutes au maximum sur poste informatique.

L'évaluation prend appui sur des travaux menés personnellement par le candidat d'une part en matière de recherche, de mise en forme d'informations et de mise à jour du système d'information, et d'autre part en matière de communication de ces informations. Ces travaux partent d'une situation professionnelle fournie par une entreprise ou l'équipe pédagogique.

Le support de l'interrogation est un dossier témoin (cinq pages au maximum hors annexes) des travaux effectués par le candidat. Il comprend :

- la définition de la situation professionnelle de départ : objet et cadre de la recherche d'informations et précision de la situation de communication de ces informations ;
- la définition de l'environnement informatique utilisé : réseaux, matériels et logiciels ;
- la définition de l'accès aux informations utilisées en particulier les bases de données ;
- la description de l'organisation du travail et en particulier le temps consacré aux travaux en fonction de la mission confiée ;
- la liste structurée des travaux effectués en fonction de la mission confiée.

En annexe au dossier figurent sur support numérique et sur support papier les productions du candidat.

En outre, il comporte également une attestation de la conformité du contenu du dossier aux travaux réellement réalisés par le candidat. Celle-ci est établie par les formateurs dispensant les enseignements d'informatique commerciale.

Ce dossier est fourni au jury avant les épreuves, à une période fixée par le recteur de l'académie. Le candidat apporte le jour de l'épreuve tout document qu'il estime pouvoir venir en appui de sa prestation.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par les autorités académiques avant l'interrogation. En cas de non-conformité du dossier déposé par le candidat, celui-ci ne peut être interrogé à cette épreuve. Il est alors considéré comme présent mais non validé et ne peut se voir délivrer le diplôme.

En l'absence de dossier, l'épreuve ne peut se dérouler. Tout candidat sans dossier est donc informé par la commission de l'impossibilité de conduire l'entretien. En conséquence, il est alors considéré comme présent mais non validé et ne peut se voir délivrer le diplôme.

Si, face à un candidat présent devant elle, la commission d'interrogation considère que le dossier présenté n'est pas conforme ou si un doute subsiste sur la conformité de certains documents, l'interrogation et l'évaluation sont conduites normalement. En fin d'interrogation, le candidat est informé du doute de la commission, le cas est signalé au président du jury et la notation est mise sous réserve de vérification.

Lorsque le dossier remis par un candidat ne respecte pas certaines contraintes définies dans l'arrêté portant création du diplôme ou ses annexes (volume, règles formelles de présentation...), il convient d'interroger le candidat dans les conditions normales de l'épreuve. Les lacunes constatées seront pénalisées dans les limites prévues par la grille d'aide à l'évaluation proposée par la circulaire nationale d'organisation.

Déroulement de l'épreuve

Dans un premier temps, à partir du dossier qu'il a fourni, le candidat présente la situation professionnelle traitée et justifie les travaux effectués pendant 10 minutes au maximum.

Pendant le reste du temps imparti à l'épreuve, la commission d'interrogation s'entretient avec le candidat. Cet entretien porte sur l'organisation du travail, les techniques de collecte et de diffusion de l'information qu'il a mises en œuvre, sur les fonctionnalités des logiciels et des outils de communication électronique qu'il a utilisés.

La commission peut demander au candidat une manipulation à partir d'un poste de travail relié à un réseau et connecté à Internet. Le candidat doit s'assurer que le centre d'examen dispose des ressources nécessaires à sa prestation. En cas de ressources spécifiques, il devra les fournir, les installer et s'assurer de leur bon fonctionnement préalablement à l'interrogation.

Composition de la commission d'interrogation

La commission d'interrogation est composée d'un formateur assurant l'enseignement d'informatique commerciale en BTS Commerce international.

E5 – vente à l'export

Coefficient 6.

U51 – prospection et suivi de clientèle

Coefficient 3.

1. Finalités et objectifs

Cette épreuve permet d'évaluer les compétences professionnelles acquises par le candidat au cours du ou des stages menés en France et/ou à l'étranger et/ou au cours d'une mission export. Elle porte sur la préparation et la conduite d'une prospection commerciale intégrant les caractéristiques spécifiques des marchés cibles et sur les aptitudes du candidat à analyser une situation d'entreprise étrangère en ayant une approche socioculturelle.

Elle s'appuie à la fois sur les savoirs acquis par le candidat lors de sa formation et sur son expérience en entreprise, en particulier à l'étranger.

2. Contenu

Les compétences suivantes sont évaluées :

- UC51CP1 Identifier et sélectionner les cibles en accord avec les caractéristiques spécifiques des marchés étrangers
- UC51CP2 Évaluer les potentialités des clients actuels
- UC51CP3 Organiser la prospection et communiquer avec les clients potentiels
- UC51CP4 Analyser, évaluer et suivre la prospection
- UC51CP5 Constituer, gérer et mettre à jour un réseau de contacts pertinent et pluriculturel
- UC51CP6 Animer un réseau de vente et un portefeuille de clients
- UC51CP7 Rassembler, analyser et sélectionner des informations sur les processus décisionnels et les méthodes de négociation dans différents pays
- UC51CP8 Rassembler des informations sur les pratiques sociales et culturelles afin de communiquer efficacement avec les contacts étrangers
- UC51CP9 Intégrer, appliquer et enrichir le réseau multiculturel de contacts étrangers
- UC51CP10 Animer, stimuler et gérer le réseau de vente et des contacts.

Les attitudes professionnelles suivantes sont évaluées :

- UC51AP1 Communiquer avec les contacts, utiliser et élargir le réseau de contacts professionnels
- UC51AP2 Être loyal et prendre en considération les intérêts de l'entreprise
- UC51AP3 Travailler en équipe
- UC51AP4 Tirer profit de l'expérience, mettre en œuvre les bonnes pratiques
- UC51AP5 Prendre en considération les différences culturelles du monde des affaires.

Les savoirs associés suivants sont mobilisés :

- S31.1 Concept et particularités du marketing international
- S31.2 Segmentation, ciblage, positionnement
- S31.3 La prospection internationale
- S31.4 La politique d'offre à l'international

- S31.5 La politique de présence à l'étranger
- S31.6 La politique de communication internationale
- S32.1 Éléments d'appréciation de la valeur d'un partenaire
- S32.2 Éléments de suivi de l'activité commerciale
- S32.3 Budgets
- S33.1 Communication interpersonnelle
- S34.1 Protection internationale de la propriété intellectuelle
- S34.2. Contrats de distribution
- S41.1 Communication de groupe
- S42.1 Concepts de base de l'analyse interculturelle
- S42.2 Communication et négociation interculturelle
- S42.3 Approche socioculturelle
- S42.4 Culture et pratiques managériales.

3. Critères d'évaluation

L'évaluation des compétences est liée à la mobilisation professionnelle des savoirs associés et s'appuie sur les critères suivants :

- qualité de la démarche d'identification et de sélection de la cible de la prospection ;
- maîtrise des outils et techniques de prospection ;
- maîtrise des outils et techniques d'évaluation de la prospection ;
- qualité de l'analyse de l'impact des variables socioculturelles ;
- pertinence de l'intégration de l'impact des variables socioculturelles dans la démarche de prospection ;
- capacité à gérer des relations dans un contexte étranger.

Les critères d'évaluation sont identiques quelle que soit la modalité d'évaluation.

4. Modalités d'évaluation

A. Contrôle en cours de formation

Le candidat se présente en fonction du calendrier de passage élaboré par l'établissement de formation.

Situation d'évaluation – activités de prospection à l'international dans un contexte interculturel

Épreuve orale. Durée : 30 minutes au maximum. Coefficient 3.

Le candidat doit fournir à la commission d'interrogation, préalablement à l'épreuve, une synthèse écrite de dix pages au maximum (hors annexes) portant sur son expérience de prospection dans un contexte interculturel, vécue au cours de son stage à l'étranger ou lors d'une mission export ou éventuellement dans le cadre d'un stage en France. Dans le cas d'une prospection en direction de la France, le contexte interculturel s'appréciera au travers des particularités de l'organisation et du management de l'entreprise dans laquelle ou pour laquelle l'étudiant a réalisé son stage à l'étranger.

Ce dossier est conçu à l'aide de données et de documents réels dont certains peuvent être proposés en langue étrangère. Ce dossier comprend :

- un descriptif de l'entreprise d'accueil ou de l'entreprise commanditaire de la mission dans son contexte géographique, organisationnel et commercial (trois pages au maximum) ;
- une présentation du contexte commercial, organisationnel et culturel de la prospection à laquelle le candidat a participé ;
- la méthodologie suivie lors des activités de prospection du candidat et les adaptations nécessaires mises en œuvre pour créer et développer des relations professionnelles dans le pays où les prospects sont situés ;
- le résultat de l'action de prospection replacé dans un contexte commercial, budgétaire et interculturel ;
- l'analyse de l'action de prospection et de la gestion des relations professionnelles dans le contexte du stage.

À partir du dossier, le candidat présente oralement, pendant 15 minutes au maximum, la méthodologie employée pour conduire la prospection. Il peut être amené à expliciter les choix de cibles, en cohérence avec la stratégie commerciale de l'entreprise, présenter les différentes composantes du plan d'action commerciale sur le marché visé, les moyens d'évaluation d'un partenaire, ainsi que les actions concrètes de prospection. Il doit en

autre mettre en exergue l'impact des variables socioculturelles dans sa démarche de prospection et montrer comment il en a tenu compte dans sa gestion des relations dans un contexte étranger.

Le candidat s'entretient ensuite pendant 15 minutes au maximum avec le jury. Le questionnement vise à préciser le contenu du dossier support présenté par le candidat et à approfondir des points de méthodes et/ou de techniques.

Composition de la commission d'interrogation

La commission d'interrogation est composée du formateur assurant la formation du candidat en « Prospection et suivi de clientèle » et d'un professionnel ; à défaut, de deux professeurs assurant l'enseignement de « Prospection et suivi de clientèle », de « Communication et management interculturel », de « Négociation-vente ».

B. Forme ponctuelle

Épreuve écrite. Durée : 3 heures. Coefficient 3.

Un cas portant sur une situation d'entreprise liée à l'approche d'un marché étranger est fourni au candidat. Ce cas est conçu autant que possible à l'aide de données et de documents inspirés d'une situation réelle. Il regroupe des informations relatives :

- aux caractéristiques du marché dans sa dimension économique et dans ses particularités socioculturelles ;
- aux caractéristiques de l'entreprise, des produits, de la clientèle dans toutes leurs dimensions.

Certains des documents fournis peuvent être proposés en langue anglaise.

Le candidat peut être amené à :

- définir des cibles, en cohérence avec la stratégie commerciale de l'entreprise, présenter les différentes composantes du plan d'action commerciale sur le marché visé, évaluer la valeur d'un partenaire, proposer des actions concrètes de prospection, élaborer un budget de prospection et des propositions de financement de cette prospection ;
- proposer des adaptations en fonction des spécificités repérées du marché ainsi que de l'organisation et du management spécifique des entreprises sur ce marché étranger.

Composition de la commission de correction

La correction de cette épreuve est assurée par un formateur assurant l'enseignement de « Prospection et suivi de clientèle ».

U52 – négociation-vente en langue étrangère

Coefficient 3.

1. Finalités et objectifs

L'objectif visé est d'apprécier la capacité du candidat à :

- mobiliser ses connaissances en matière de communication et négociation dans un contexte pluriculturel ;
- mener une analyse critique et adapter une offre commerciale à un client étranger ;
- conduire une négociation ;
- communiquer en langue étrangère en situation de négociation-vente.

La langue étrangère est choisie par le candidat, au moment de son inscription à l'examen, parmi les langues étudiées au cours de la formation.

2. Contenu

Les compétences professionnelles suivantes sont évaluées :

- UC52CP1 Rédiger une offre adaptée
- UC52CP2 Préparer et organiser la mission de vente
- UC52CP3 Négocier en langue étrangère avec des clients/partenaires étrangers.

L'attitude professionnelle suivante est évaluée : UC52AP1 Pratiquer l'écoute active et l'empathie.

Les savoirs associés suivants sont mobilisés :

S51.1 Éléments constitutifs du prix

S51.2 Présentation de l'offre

S51.3 Techniques de négociation

S52.1 Contrats commerciaux internationaux

S52.2 Contrats de vente.

3. Critères d'évaluation

Que ce soit en forme ponctuelle ou en contrôle en cours de formation, les critères d'évaluation sont les suivants :

- qualité de l'analyse de la situation de négociation ;
- adaptation de la préparation de la négociation à la situation et au client ;
- adaptation de la stratégie de négociation adoptée ;
- maîtrise des techniques de vente ;
- qualité de l'argumentation et écoute active du client ;
- maîtrise de la relation de face-à-face dans un contexte interculturel ;
- qualité de la communication en langue étrangère ;
- capacité à proposer une solution adaptée.

4. Modalités d'évaluation

A. Contrôle en cours de formation

Situation 1 – préparation de la vente

Épreuve orale. Durée : 15 minutes au maximum. Coefficient 1.

Un dossier portant sur la demande d'un client et comprenant des informations relatives au marché et à l'entreprise concernés est fourni au candidat par les interrogateurs. Ce dossier présente une situation concrète et précise permettant de réaliser une préparation de vente, conçue autant que possible à l'aide de données et de documents inspirés d'une situation réelle. Certains des documents fournis peuvent être proposés en langue anglaise ou dans la langue vivante étrangère choisie par le candidat pour cette épreuve.

À partir du dossier fourni, le candidat mène, au cours de sa formation et sous le contrôle de son formateur, une analyse de la situation de préparation de vente, définit l'offre commerciale adaptée au client étranger identifié et propose des outils d'aide à la vente. Il remet sa production à la commission d'interrogation avant l'évaluation sous la forme d'un dossier de préparation à la vente.

Compétences professionnelles évaluées

- UC52CP1 Rédiger une offre adaptée
- UC52CP2 Préparer et organiser la mission de vente.

Critères d'évaluation

- Qualité de l'analyse de la situation de négociation
- Adaptation de la préparation de la négociation à la situation et au client
- Pertinence de la stratégie de négociation adoptée.

Déroulement de l'évaluation

Le candidat présente, pendant 5 minutes au maximum, l'offre commerciale qu'il a construite et les outils qu'il a conçus pour assurer le succès de cette présentation. Pour cela, il peut être amené, selon la situation d'entreprise qui lui est soumise, à définir et préparer les points négociables, réaliser des outils d'aide à la vente et des supports de communication, évaluer les risques commerciaux et politiques, prendre en compte les règles culturelles et éthiques, évaluer les conséquences de différences éventuelles en termes de coûts, dates limites et risques.

À l'issue de cette présentation, le jury s'entretient, pendant 10 minutes au maximum, avec le candidat. Cet entretien porte sur les techniques et méthodes employées par le candidat pour construire son approche client et sur les raisons de ses choix.

Composition de la commission d'interrogation

La commission est composée d'un professeur assurant l'enseignement de vente à l'export et d'un professionnel, à défaut de deux professeurs assurant l'enseignement de vente à l'export, d'étude et veille ou de gestion des opérations import-export.

Situation 2 – négociation en langue étrangère

Épreuve orale. Durée : 25 minutes au maximum. Coefficient 2.

Le candidat dispose avant la date prévue pour le passage de l'évaluation d'une fiche de prospection. Cette fiche contient des informations issues du dossier de prospection du candidat et/ou créées par la commission d'interrogation. Cette fiche est établie dans la langue vivante étrangère choisie par le candidat pour cette épreuve.

Compétence évaluée

UC52CP3 Négociateur en langue étrangère avec des clients/partenaires étrangers.

Attitude professionnelle évaluée

UC52AP1 Pratiquer l'écoute active et l'empathie.

Critères d'évaluation

- Adaptation de la stratégie de négociation adoptée
- Maîtrise des techniques de vente
- Qualité de l'argumentation et écoute active du client
- Maîtrise de la relation de face-à-face dans un contexte interculturel.
- Qualité de la communication en langue étrangère
- Capacité à proposer une solution adaptée.

Déroulement de l'épreuve

Le candidat simule en langue étrangère, pendant 15 minutes au maximum, tout ou partie d'un entretien de vente avec un client étranger. Le candidat s'entretient ensuite, en français, pendant 10 minutes au maximum avec le jury sur des points de méthodologie et de technique afin de préciser sa démarche.

Composition de la commission d'interrogation

La commission sera composée du formateur assurant l'enseignement de vente à l'export et d'un enseignant assurant l'enseignement de langue étrangère concerné. La présence d'un professionnel, troisième membre de la commission, est souhaitable. Un des membres de la commission d'interrogation est désigné pour jouer le rôle du client.

B. Forme ponctuelle

Épreuve orale. Durée : 40 minutes. Préparation : 40 minutes. Coefficient 3.

L'épreuve comprend deux parties distinctes.

L'épreuve repose sur un dossier (six pages au maximum) élaboré strictement personnellement par le candidat. Ce dossier synthétise les informations nécessaires pour mener une négociation-vente avec un client étranger :

- présentation du contexte commercial (marché étranger ciblé, entreprise exportatrice) ;
- présentation du contexte de la négociation (mode d'approche des prospects ciblés, caractéristiques des prospects ciblés) ;
- présentation de l'offre de l'entreprise exportatrice (produits, conditions de vente, tarifs, conditions commerciales...) ;
- énumération des outils d'aide à la vente utilisés.

Le dossier du candidat est mis à disposition de la commission d'interrogation dans les conditions définies par la circulaire nationale d'organisation. À partir du dossier remis, la commission d'interrogation construit une situation de négociation. Celle-ci est proposée au candidat lors de la période de préparation. Cette fiche est rédigée dans la langue étrangère choisie par le candidat lors de son inscription à l'examen

Le candidat dispose de 40 minutes pour découvrir plus précisément son client, se fixer une stratégie de négociation et adapter son offre et son argumentation.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par les autorités académiques avant l'interrogation. En cas de non-conformité du dossier déposé par le candidat, celui-ci ne peut être interrogé à cette épreuve. Il est alors considéré comme présent mais non validé et ne peut se voir délivrer le diplôme.

En l'absence de dossier, l'épreuve ne peut se dérouler. Tout candidat sans dossier sera donc informé par la commission de l'impossibilité de conduire l'entretien. En conséquence, il ne pourra se voir délivrer le diplôme.

Si, face à un candidat présent devant elle, la commission d'interrogation considère que le dossier présenté n'est pas conforme ou si un doute subsiste sur la conformité de certains documents, l'interrogation et l'évaluation sont conduites normalement. En fin d'interrogation, le candidat est informé du doute de la commission, le cas est signalé au président du jury et la notation est mise sous réserve de vérification.

Lorsque le dossier remis par un candidat ne respecte pas certaines contraintes définies dans l'arrêté portant création du diplôme ou ses annexes (volume, règles formelles de présentation...), il convient d'interroger le candidat dans les conditions normales de l'épreuve. Les lacunes constatées seront pénalisées dans les limites prévues par la grille d'aide à l'évaluation proposée par la circulaire nationale d'organisation.

Déroulement de l'épreuve

L'épreuve se déroule en deux parties :

- dans un premier temps, face à la commission d'interrogation, l'un des interrogateurs jouant le rôle du client, le candidat simule en langue étrangère, pendant 15 minutes au maximum, l'entretien de vente ;
- dans un second temps, le candidat échange, pendant 25 minutes au maximum, avec le jury sur :
 - l'analyse de sa prestation lors de l'entretien de vente ;
 - la constitution de son dossier et en particulier la construction de son offre commerciale et des supports d'aide à la vente qu'il a élaborés.

Composition de la commission d'interrogation

La commission d'interrogation sera composée d'un formateur assurant l'enseignement de négociation-vente et d'un formateur assurant l'enseignement de négociation-vente en langue étrangère d'autre part. La présence d'un professionnel, troisième membre de la commission, est souhaitable. Un des membres de la commission d'interrogation est désigné pour jouer le rôle du client.

E6 – gestion des opérations d'import-export

Coefficient 6.

U61 – montage des opérations import-export

Épreuve écrite. Durée : 4 h 00. Coefficient 4.

1. Finalités et objectifs

L'évaluation porte sur les capacités d'analyse et de résolution de problèmes lors du montage d'opérations commerciales d'achat et de vente à l'international.

L'objectif est de vérifier les aptitudes du candidat à :

- analyser des situations commerciales réelles ;
- choisir les méthodes et techniques appropriées et les mettre en œuvre ;
- rechercher et proposer des solutions réalistes permettant de résoudre efficacement les problèmes posés ;
- justifier les décisions en mobilisant les savoirs associés.

2. Contenu

Les compétences suivantes sont évaluées :

- UC61CP1 Identifier les fournisseurs potentiels
- UC61CP2 Sélectionner les fournisseurs potentiels
- UC61CP3 Identifier et rechercher des prestataires de service pour les opérations du commerce international (assurance, logistique, finance)

- UC61CP4 Réaliser une analyse qualitative et quantitative des différents prestataires de service en fonction de critères établis
- UC61CP5 Évaluer les performances des prestataires de service
- UC61CP6 Communiquer et négocier avec des prestataires de service potentiels
- UC61CP7 Fournir les éléments nécessaires aux services compétents de l'entreprise afin d'établir des contrats de partenariat ou de prestation de service.

Les attitudes professionnelles suivantes sont évaluées :

- UC61AP1 Préparer un plan de travail et une liste de priorités
- UC61AP2 S'assurer du respect des normes et des standards de qualité.

Les savoirs associés suivants sont mobilisés :

- S61.1 La fonction achat
- S61.2 L'internationalisation des achats et le *sourcing* (*sourcing*)
- S61.3 La préparation de la négociation achat
- S61.4 Les outils de suivi des achats
- S62.1 La logistique
- S62.2 Les incoterms
- S62.3 Les modes de transport
- S62.4 La gestion documentaire des opérations internationales
- S62.5 Instruments et techniques de paiement
- S62.6 Mode de financement des opérations courantes
- S62.7 Les opérations intra-communautaires
- S62.8 Les opérations avec les pays tiers
- S62.9 Gestion des risques
- S63.4 Le règlement des litiges
- S63.5 Le cadre juridique du transport international

3. Critères d'évaluation

La commission de correction apprécie :

- la compréhension du contexte professionnel ;
- la maîtrise des connaissances et des savoir-faire mobilisés ;
- la prise en compte des objectifs et le respect des contraintes ;
- la rigueur d'analyse et de synthèse ;
- la pertinence des méthodes et outils utilisés ;
- le réalisme, la cohérence et la pertinence des solutions proposées ;
- la clarté des explications et de l'argumentation.

4. Modalités d'évaluation

Cette épreuve ne se passe que sous forme ponctuelle.

L'épreuve prend appui sur l'étude d'une situation réelle comportant nécessairement un volet vente à l'export et un volet achat à l'import. Elle consiste à résoudre les problèmes d'assemblage des prestations des parties prenantes internes à l'entreprise et externes à une opération de commerce international. La situation proposée s'inspire d'un cas réel.

Composition de la commission de correction

La correction est assurée par un formateur enseignant la gestion des opérations d'import-export, dans des sections préparant au brevet de technicien supérieur Commerce international.

U62 – conduite des opérations d'import-export

Épreuve ponctuelle orale. Durée : 30 minutes. Coefficient 2.

1. Finalités et objectifs

Cette épreuve permet d'évaluer les compétences opérationnelles acquises par le candidat en entreprise. L'évaluation porte sur le suivi des opérations d'import et/ou d'export dans le respect du contrôle de la qualité et de la garantie de l'utilisation des bonnes pratiques.

2. Contenu

Les compétences suivantes sont évaluées :

- UC62CP1 Envoyer la demande d'offre aux fournisseurs présélectionnés
- UC62CP2 Préparer et organiser la négociation avec un fournisseur étranger
- UC62CP3 Évaluer les offres et les fournisseurs
- UC62CP4 Coordonner l'administration des ventes et des achats
- UC62CP5 Réaliser le suivi de la chaîne documentaire (import et export)
- UC62CP6 Définir et appliquer des solutions alternatives et adaptées afin de surmonter les difficultés rencontrées
- UC62CP7 Réaliser le contrôle de qualité
- UC62CP8 Assurer la gestion de la qualité de service Clients (*Service Relationship Management, SRM*).

Les attitudes professionnelles suivantes sont évaluées :

- UC62AP1 Adopter une attitude loyale et savoir préserver les intérêts de son entreprise
- UC62AP2 S'assurer du bon déroulement des opérations en mettant en œuvre les procédures appropriées, éviter les problèmes et les conflits
- UC62AP3 Allouer de manière optimale le temps et les ressources
- UC62AP4 Établir des relations stables avec les partenaires pertinents.

Les savoirs associés suivants sont mobilisés :

- S61.1 La fonction achat
- S61.2 L'internationalisation des achats et le sourcing (*sourcing*)
- S61.3 La préparation de la négociation achat
- S61.4 Les outils de suivi des achats
- S62.1 La logistique
- S62.2 Les incoterms
- S62.3 Les modes de transport
- S62.4 La gestion documentaire des opérations internationales
- S62.5 Instruments et techniques de paiement
- S62.6 Mode de financement des opérations courantes
- S62.7 Les opérations intracommunautaires
- S62.8 Les opérations avec les pays tiers
- S62.9 La gestion des risques
- S63.1 Le règlement des litiges
- S63.2 Le cadre juridique du transport international.

3. Critères d'évaluation

- Pertinence de l'analyse du processus logistique et des solutions retenues
- Qualité de l'analyse de l'efficacité de la prestation des prestataires de service
- Qualité de l'analyse des solutions logistiques retenues par l'entreprise
- Pertinence de l'analyse du rôle de chaque document dans le processus d'import-export
- Pertinence de l'analyse des incidents potentiels et de solutions proposées
- Qualité de la communication avec les intermédiaires.

4. Modalités d'évaluation

L'étudiant devra faire ressortir la méthodologie utilisée par l'entreprise pour organiser ses opérations internationales, analyser les choix retenus et, le cas échéant, faire des préconisations pour améliorer le processus. Il pourra également être amené à organiser lui-même une opération d'import et/ou d'export. À cette occasion, il aura contacté les prestataires de l'entreprise ou choisis par ses soins, collecté et/ou rassemblé les documents adéquats et assuré le suivi de la bonne exécution de cette opération.

Entretien relatif à la conduite d'opérations import-export (durée : 30 minutes)

Le dossier support de l'épreuve (cinq pages au maximum)

Le candidat doit produire un dossier présentant son activité et les diverses missions qu'il a réalisées en entreprise au titre de sa formation ou de son expérience professionnelle, durant son stage de deuxième année dans une entreprise ayant des activités de commerce international.

À l'occasion de cette épreuve, il est procédé à la vérification de la conformité administrative des périodes en milieu professionnel à effectuer obligatoirement par le candidat, en particulier en ce qui concerne la durée minimale. Le candidat est donc tenu de fournir les certificats de stage ou les attestations de travail délivrés au cours de sa formation.

Le dossier fourni par le candidat au jury est structuré en deux grandes parties :

- un descriptif de l'entreprise dans son contexte géographique, organisationnel et commercial (trois pages au maximum) ;
- un descriptif des activités confiées dans le cadre du stage de suivi des opérations d'import-export dans leurs dimensions administrative, organisationnelle et relationnelle.

En dehors de ce dossier fourni au jury avant les épreuves, à une période fixée par le recteur de l'académie, le candidat apporte le jour de l'épreuve tout document qu'il estime pouvoir venir en appui de sa prestation.

Ce dossier, outre sa partie administrative relevant de la réglementation générale des stages, comporte une attestation de la conformité du contenu du dossier aux activités et missions réellement réalisées par le candidat. Celle-ci est établie par l'entreprise (ou les entreprises) d'accueil.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par les autorités académiques avant l'interrogation. En cas de non-conformité du dossier déposé par le candidat, celui-ci ne peut être interrogé à cette épreuve. Il est alors considéré comme présent mais non validé et ne peut se voir délivrer le diplôme.

En l'absence de dossier, l'épreuve ne peut se dérouler. Tout candidat sans dossier est donc informé par la commission de l'impossibilité de conduire l'entretien. En conséquence, il est considéré comme présent mais non validé et ne peut se voir délivrer le diplôme.

Si, face à un candidat présent devant elle, la commission d'interrogation considère que le dossier présenté n'est pas conforme ou si un doute subsiste sur la conformité de certains documents, l'interrogation et l'évaluation sont conduites normalement. En fin d'interrogation, le candidat est informé du doute de la commission, le cas est signalé au président du jury et la notation est mise sous réserve de vérification.

Lorsque le dossier remis par un candidat ne respecte pas certaines contraintes définies dans l'arrêté portant création du diplôme ou ses annexes (volume, règles formelles de présentation...), il convient d'interroger le candidat dans les conditions normales de l'épreuve. Les lacunes constatées seront pénalisées dans les limites prévues par la grille d'aide à l'évaluation proposée par la circulaire nationale d'organisation.

Déroulement de l'entretien

L'entretien se déroule en deux étapes :

- une présentation par le candidat du cadre de son expérience en entreprise pendant 10 minutes au maximum sans qu'il soit interrompu ;
- un entretien général avec le candidat sur son expérience en entreprise pendant le reste du temps.

Lors de sa présentation le candidat s'attachera à mettre en évidence :

- le contexte professionnel des activités menées (entreprise, secteur d'activité) ;
- les procédures de qualité et d'éthique mises en place par l'entreprise ;
- les opérations d'import-export les plus significatives auxquelles il a été associé.

Il peut utiliser les supports qu'il désire à l'appui de sa présentation et il procède à une auto-évaluation de son activité.

Lors de l'entretien, la commission d'interrogation est amenée à faire préciser les méthodes, techniques et connaissances mobilisées afin d'apprécier la maîtrise du candidat.

Composition de la commission d'interrogation

La commission d'interrogation est composée d'un formateur chargé des enseignements de gestion des opérations d'import-export et d'un professionnel. En cas d'absence du professionnel, celui-ci sera remplacé par un formateur chargé des enseignements de gestion des opérations d'import-export.

Épreuve facultative EF1 – langue vivante étrangère C

Seuls les points au-dessus de la moyenne sont pris en compte.

Épreuve orale. Durée : 20 minutes. Préparation : 20 minutes.

Le candidat présente dans la langue choisie au minimum trois dossiers réalisés sur les thèmes étudiés pendant l'année (thèmes dont la liste figure dans le programme de langues vivantes étrangères).

Ces dossiers sont authentifiés par le professeur.

Le candidat présente, explique, éventuellement défend ces dossiers, de sa propre initiative et en réponse aux questions des examinateurs.

La langue vivante étrangère choisie au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différente des langues vivantes étrangères obligatoires.

ANNEXE VI
Tableau de correspondance

Tableau de correspondance

Brevet de technicien supérieur Commerce international (arrêté du 3 septembre 1997)		Brevet de technicien supérieur Commerce international à référentiel commun européen (défini par le présent arrêté)	
Épreuves	Unités	Épreuves	Unités
E1 Français	U1	E1 Culture générale et expression	U1
E2 Communication en langues vivantes étrangères – LVE A – LVE B	U21 U22	E2 Langues vivantes étrangères – LVE A – LVE B	U21 U22
E3 Économie et droit	U3	E3 Environnement juridique et économique	U3
E4 Stratégies, opérations, gestion en commerce international*	U4	Analyse diagnostique des marchés étrangers + Montage des opérations d'import-export	U41 + U61
E5 Conduite et présentation des activités en commerce international	U5	Conduite des opérations d'import-export	U62
E6 Exploration de marché(s) étranger(s)	U6	Prospection et suivi de clientèle	U51
EF1 LVE C	UF1	EF1 LVE C	UF1

* Le report de la note de U4 concerne U41 et U61 : U 41 et U 61 recevront le même report de note.

Aucune équivalence n'est donnée pour les épreuves suivantes du nouveau BTS Commerce international à référentiel commun européen :

- sous-épreuve Exploitation du système d'information (U42) ;
- sous-épreuve Négociation vente (U52).