

# **PROGRAMME**

## **APPROCHE DES MARCHÉS ÉTRANGERS**

Permettre à l'étudiant de comprendre l'utilité de l'exportation pour une entreprise et la démarche à mettre en œuvre en vue d'aborder des marchés étrangers ; Présenter une méthodologie d'identification de quelques marchés qui seront prioritaires en raison des caractéristiques propres à l'entreprise.

Permettre, au-delà de l'analyse multicritères, de présenter, de manière générale, des éléments de techniques du commerce international qui feront l'objet d'une étude approfondie.

## **TECHNIQUES DU COMMERCE INTERNATIONAL**

Connaître le dispositif existant en matière de crédit-export et de couverture de risques nés de l'activité import-export ;

Connaître les différents régimes douaniers et le contexte d'utilisation de chacun.

## **COMMUNICATION COMMERCIALE**

Pouvoir être l'interlocuteur de l'entreprise avec les prestataires de service des métiers de la communication ;

Connaître les outils de la communication commerciale. Maîtriser la stratégie et la mise en application des outils ;

Savoir mettre en œuvre une politique de communication commerciale.

## **GESTION DE LA RELATION CLIENT**

Comprendre l'importance de la relation client Connaître les outils de la relation personnalisée

## **MERCATIQUE DIRECTE**

Connaître tous les outils de la mercatique directe et leur mise en œuvre pratique ;

Répondre aux besoins de communication commerciale ; Se situer dans une logique de vente.

## **DISTRIBUTION**

Connaître, comprendre, les flux, les vecteurs de la distribution des produits de grande consommation, des produits industriels et des services ;

Connaître, comprendre l'évolution de l'appareil commercial et les problématiques qui s'y rattachent.

## **MERCATIQUE DU POINT DE VENTE**

Connaître, comprendre la politique globale des distributeurs.

## **STRATÉGIES DE DISTRIBUTION**

Comprendre le défi technologique, les modifications dans la structure des canaux et les incidences sur la mercatique des points de vente.

## **DROIT : principes généraux**

Connaître le vocabulaire juridique de base ;

Connaître les principes fondamentaux du droit nécessaires à la compréhension d'une situation juridique.

## **DROIT et COMMERCE**

Connaître les notions de base du droit commercial ; Connaître les structures juridiques de l'entreprise. Comprendre et interpréter les termes des contrats commerciaux ; Prévenir et gérer les risques liés à l'exécution

des contrats ; Connaître la réglementation impérative du droit de la consommation.

## **DROIT du TRAVAIL**

Comprendre les principales règles régissant les relations individuelles et collectives de travail dans l'entreprise ;

Comprendre les problèmes socio-économiques contemporains des relations de travail.

## **ÉCONOMIE GÉNÉRALE**

Comprendre les mécanismes économiques fondamentaux ; Situer les principales théories et leurs auteurs ;

Appréhender les enjeux de la politique économique.

### **PROBLÉMATIQUES ÉCONOMIQUES APPLIQUÉES**

Donner une culture générale en économie ; Permettre la réflexion sur les problèmes économique contemporains.

### **EXPRESSION ET COMMUNICATION**

Développer les capacités de lecture, de rédaction et de prise de parole en public dans le souci **d'informer**

### **EXPRESSION ET CULTURE**

Développer les capacités de lecture, de rédaction et de prise de parole en public dans le souci de **convaincre** ;

Participer à une production culturelle.

### **EXPRESSION ET COMMUNICATION PROFESSIONNELLE**

Développer les compétences de communication écrite et orale en situation professionnelle.

### **PSYCHOSOCIOLOGIE DE LA COMMUNICATION**

Sensibiliser les étudiants aux éléments en jeu dans des situations de communication différentes (entretien, réunion discussion,...).

### **INTRODUCTION À LA COMPTABILITÉ**

Introduire la dimension financière de l'entreprise ;

Appréhender les procédures comptables en vue de leur utilisation dans la fonction commerciale.

### **COMPTABILITÉ DE GESTION**

Connaître les techniques de calculs de coûts ; Appréhender la rentabilité d'une activité.

### **GESTION FINANCIÈRE ET BUDGÉTAIRE**

Comprendre l'incidence des pratiques commerciales sur les équilibres financiers de l'entreprise.

### **BUREAUTIQUE – T.I.C.**

Connaître le vocabulaire de l'informatique ; Maîtriser les outils d'édition et de présentation.

### **INFORMATIQUE APPLIQUÉE**

Faire de l'outil informatique un outil d'aide à la gestion commerciale ;

### **T.I.C. ET MULTIMÉDIA**

Connaître les outils d'analyse et de simulation (filtres, questionnaires de scénarios, solveurs...) ;

Connaître le vocabulaire ;

Connaître la méthodologie de conception d'une base de données ;

S'initier aux outils de mise en ligne de l'information (langages, logiciels,...)

### **LANGUE(S) ÉTRANGÈRE(S) DE SPÉCIALITÉ Anglais obligatoire. Seconde langue (Allemand, Espagnol ou Italien).**

Maîtriser au moins une langue étrangère ; Connaître la culture et la civilisation des pays ;

Savoir utiliser la langue des affaires dans la négociation commerciale interculturelle.

### **LOGISTIQUE**

Connaître les enjeux de la logistique ; Comprendre l'organisation et les contraintes logistiques dans les métiers du commerce.

### **MATHÉMATIQUES ET STATISTIQUES APPLIQUÉES**

Mettre à niveau les connaissances de base en calcul algébrique et statistique ;

Former à la collecte, la mise en forme et l'interprétation de données simples d'entreprise ;

### **STATISTIQUES APPLIQUÉES – PROBABILITÉS (Initiation)**

Aborder l'indépendance et la relation linéaire dans les données ;

Introduire aux prévisions à l'aide de modèles simples ;

Développer un esprit d'analyse intégrant l'interaction et le risque.

### **STATISTIQUES ET PROBABILITÉS APPLIQUÉES**

Former, avec l'utilisation des tables, aux calculs de probabilité, d'intervalle de confiance et de test d'indépendance en rapport avec des situations d'entreprises ;  
Savoir formuler une hypothèse et tester un risque.

#### **INTRODUCTION A LA MERCATIQUE**

Connaître les bases, l'intérêt et l'état d'esprit d'une démarche mercatique dans une organisation.

#### **MERCATIQUE FONDAMENTALE**

Appréhender le comportement du consommateur ;  
Connaître les principes et l'intérêt de la segmentation de la demande ;  
Comprendre les concepts de ciblage et de positionnement.

#### **MERCATIQUE OPÉRATIONNELLE**

Maîtriser les éléments du plan de marchéage ; Travailler la cohérence du plan de marchéage ;  
Construire un plan de marchéage.

#### **MERCATIQUE STRATÉGIQUE**

Connaître les outils de l'analyse stratégique.

#### **ÉTUDES ET RECHERCHES COMMERCIALES**

Connaître les différents types d'études commerciales ;  
Connaître les méthodes de collecte de l'information et les contraintes inhérentes ;  
Connaître les techniques et outils de traitement de l'information.

#### **ORGANISATION DE L'ENTREPRISE**

Découvrir le fonctionnement de l'entreprise à travers la compréhension de son vocabulaire, de ses outils et de ses mécanismes clés ;  
Appréhender l'entreprise comme un système, lieu d'interactions économiques et sociales.

#### **STRATÉGIE ET QUALITÉ**

Décoder les enjeux de la stratégie et comprendre les choix stratégiques ;  
Intégrer la démarche qualité et ses enjeux.

#### **NÉGOCIATION - VENTE**

Découvrir le métier de négociateur ; Découvrir l'entretien de négociation. Être capable d'organiser une Prospection. Maîtriser l'entretien de négociation.  
Être capable d'organiser et de mener une opération de prospection – vente ; Assurer le suivi de la vente ;  
Approfondir l'entretien de négociation.

#### **NÉGOCIATION - ACHAT**

Etre capable de préparer et réaliser un entretien d'achat ; Connaître les spécificités du plan de négociation en entreprise.

#### **ANIMATION DE LA FORCE DE VENTE**

Comprendre le fonctionnement d'une équipe commerciale : spécificité des métiers commerciaux ;  
organisation de l'équipe de vente, organisation du travail du commercial ;  
Comprendre les principes du management d'une équipe commerciale : principaux leviers d'animation et outils de gestion.

#### **PSYCHOSOCIOLOGIE DES ORGANISATIONS**

Comprendre la complexité des organisations ; comprendre les comportements et les attitudes des individus et des groupes au sein de l'organisation. Savoir comment s'opère la gestion des hommes au travail dans les organisations, connaître les principes de gestion des ressources humaines.