

Siret : 442 293 734 00012  
N° de déclaration d'activité : FPC52440410944  
Cet enregistrement ne vaut pas agrément de  
l'Etat (art. L.6352-12)

**PARCOURS**  
**COMMERCE INTERNATIONAL**

# LICENCE DROIT ÉCONOMIE GESTION MENTION GESTION

## PARCOURS COMMERCE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

### OPTION DÉVELOPPEMENT EXPORT / MARKETING

Titre RNCP de niveau 6  
N° d'enregistrement RNCP : 24425  
Code formation : 20512004



## PUBLIC VISÉ ET PRÉREQUIS

Le cycle est accessible aux titulaires d'un BTS, DUT, L2, École de Commerce, de tout autre diplôme national de niveau Bac+2 ou titulaires d'un titre professionnel enregistré au RNCP de niveau 5



## OBJECTIFS DU DIPLÔME

### Objectifs pédagogiques et compétences visées

- Appréhender les éléments de l'environnement économique externe de l'entreprise (réaliser veille concurrentielle, étude sectorielle, tendances du marché, évaluer les modes d'intervention des Pouvoirs publics) et élaborer des documents de travail
- Collaborer au sein ou avec des services marketing, commercial, ADV et achat/production : mettre en œuvre les outils de politique commerciale définis par la direction, mettre en œuvre un plan d'action commerciale, réaliser des études de marchés
- Prendre part, dans le respect des réglementations en vigueur, en situation de responsabilité, à un processus de négociation avec des fournisseurs ou des clients
- Prendre en charge l'exécution ou le suivi d'opérations commerciales internationales et dialoguer avec les opérateurs professionnels externes en langues étrangères
- Participer à la détermination des procédures adaptées à l'activité et proposer des éléments concourant à la résolution d'un problème de gestion d'activité
- Comprendre et utiliser les informations financières liées à l'activité de l'entreprise

### Perspectives d'emploi

#### Métiers visés

- Commercial(e) export
- Chef(fe) de zone
- Chef(fe) de produit
- Assistant(e) marketing export
- Chargé(e) de développement
- Assistant(e) import/export
- Assistant(e) ADV export
- Attaché(e) de direction internationale
- Assistant(e) logistique export
- Technicien(ne) spécialisé(e) en opérations financières internationales
- Agent d'exploitation aérien ou maritime import ou export
- ...

#### Secteurs d'activité

- Tous secteurs d'activité



## MODALITÉS DE SUIVI, D'ÉVALUATION ET DE VALIDATION

**Des suivis** réguliers en entreprise et par téléphone. Mise en place d'une réunion des tuteurs au début du premier trimestre de formation. Incitation à la formation des tuteurs.

**Modalités d'évaluation** : contrôle continu, évaluation professionnelle en entreprise, sessions d'examens sur les modules du tronc commun. Des rattrapages sont possibles pour chaque UE si l'apprenant n'a pas eu la moyenne dans l'une d'entre elle.

**Modalités d'attribution du diplôme** : Avoir une moyenne générale pondérée de 10/20 minimum sur l'ensemble des Unités d'Enseignement. Acquérir une expérience d'un an dans un domaine en lien avec le parcours Commerce et Développement International. Rédiger un rapport d'activité professionnelle basé sur l'expérience professionnelle.



## MOYENS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

### Modalités pédagogiques

Cours en présentiel et à distance (voir annexe 2 du guide de l'apprentissage : Conditions Générales de Ventes)

Formateurs professionnels et enseignants chercheurs

Les cours se déroulent sur une année et sont répartis majoritairement sur 2 jours de formation par semaine : le jeudi Cnam et le vendredi ENC

### Locaux et équipements

Locaux : au cœur de Nantes pour l'ENC et au Nord de Nantes pour le CNAM

Équipement : salle informatique, matériel vidéo

Handicap : sensibilisé à l'importance de faciliter l'accès à la formation de toute personne porteuse de handicap, nous sommes à votre écoute pour la mise en place de modalités spécifiques. Nous disposons d'un référent handicap, veuillez nous contacter : [referent-handicap@enc-nantes.fr](mailto:referent-handicap@enc-nantes.fr)



## DURÉE ET DÉLAIS D'ACCÈS

### Durée de la formation

13 ou 14 mois de formation : de fin août 2021 à début septembre 2022

Volume Horaire : 670 heures (470,5 heures au Cnam et 199,5 à l'ENC)

Rythme d'alternance : lundi, mardi, mercredi en entreprise

### Délais d'accès

Étude des candidatures à partir du mois de janvier de l'année précédente

Modalités d'accès à la formation : étude du dossier et entretien de motivation

Intégration à partir du mois de septembre



## TARIFS

### COÛT DE LA FORMATION POUR L'ALTERNANT :

En contrat d'apprentissage ou de professionnalisation : **pas de frais de formation**

En formation continue : se renseigner auprès de Pôle emploi

### COÛT DE LA FORMATION POUR L'EMPLOYEUR :

Secteur privé : **8 342 euros** (contrat ≥ 13 mois ; coût selon durée du contrat prise en charge totale ou partielle par l'OPCO)

Secteur public : **7 700 euros** pour toute la durée de la formation



## LIEUX DE FORMATION ET CONTACTS

### Lieux de la formation

#### CFA CFP ENC

6 rue Crébillon  
44000 NANTES

#### CNAM

25 boulevard Guy Mollet  
44300 NANTES

### Contacts

Véronique GRELET - Responsable de Formation  
[v.grelet@enc-nantes.fr](mailto:v.grelet@enc-nantes.fr)

Camille FALLOURD - Assistante de formation  
[c.fallourd@enc-nantes.fr](mailto:c.fallourd@enc-nantes.fr)  
02 72 01 22 72



## CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module / Unité d'enseignement	Volume Horaire	Compétences visées	Modalités d'évaluation
DRA103 - Règles générales du droit des contrats	35h	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtriser les aspects théoriques et pratiques du droit des contrats et des obligations.</li> <li>- Acquérir une bonne connaissance des règles générales gouvernant les relations entre l'entreprise et ses partenaires (fournisseurs, clients, prêteurs, assureurs, administration, etc...).</li> <li>- Comprendre les étapes de la conclusion d'un contrat et gérer les risques inhérents à son exécution.</li> <li>- Connaître les clauses contractuelles les plus usuelles et savoir les utiliser.</li> <li>- Savoir lire un contrat et gérer son exécution.</li> </ul>	Examen final écrit (question de cours et cas pratiques)
MSE101 - Management des organisations	52,5h	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaître les étapes clés de l'histoire du management</li> <li>- Connaître l'approche processus d'une organisation</li> </ul>	Contrôle continu et examen final écrit

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaître les principes et formes des organisations</li> <li>- Savoir mettre en œuvre des outils de gestion des organisations et des outils de gestion de processus.</li> </ul>	
DVE102 - Géographie et économie du Commerce International	70h	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir déchiffrer les sources d'informations quotidiennes qui rendent compte des différents aspects de l'économie internationale contemporaine.</li> <li>- Pouvoir interpréter les fondamentaux et replacer l'événementiel dans le cadre d'une vision élargie des réalités internationales.</li> <li>- Utiliser et organiser la lecture des informations économiques ponctuelles de façon méthodique et critique, afin de les sélectionner en fonction de leur solidité et de leur validité.</li> <li>- Associer une vision macro des réalités internationales à des pratiques de décision économique en entreprise.</li> </ul>	Contrôle continu sur la base de travaux personnels et épreuve écrite finale portant sur la validation des connaissances fondamentales et sur la compréhension d'une ou deux questions en lien avec l'actualité économique internationale
DVE103 - Développement International des Entreprises	70h	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaliser une analyse externe (repérage des mutations de l'environnement international, impact de ces mutations sur la dynamique du secteur d'activité dans lequel évolue l'entreprise étudiée et identification des risques associés à l'environnement international ou à une opération de vente internationale)</li> <li>- Réaliser une analyse interne (diagnostic de développement international de l'entreprise et identification de ses avantages concurrentiels)</li> <li>- Faire des recommandations en termes de stratégie d'internationalisation de l'entreprise, basées sur les analyses précédentes</li> <li>- Concevoir en partie la mise en œuvre de cette stratégie d'internationalisation, à travers l'élaboration d'une stratégie marketing international. La mondialisation des marchés engendre une intensification majeure de la concurrence, et par la même une importance croissante du rôle du marketing pour dégager de la valeur ajoutée auprès des consommateurs et acheteurs</li> </ul>	Contrôle continu et/ou examen final

		de différents pays, tout en consolidant les marges. Pour cette raison, le cours privilégiera l'angle du marketing international. L'objectif est de préparer les étudiants à relever les challenges auxquels sont confrontés les marketeurs internationaux en les sensibilisant aux fonctionnements spécifiques des consommateurs étrangers et aux adaptations nécessaires en matière de marketing.	
ESC101 - Mercatique I : les études de marché et les nouveaux enjeux de la Data	52,5h	Savoir définir et mettre en œuvre une étude marketing dans des problématiques courantes	Examen final écrit
ESD104 - Politique et stratégies économiques dans le monde global	52,5h	Comprendre les grands enjeux économiques et financiers et acquérir les bases pour en débattre	Examen final écrit
EAR110 - L'Union Européenne : origines et fonctionnement	52,5h	- Adaptabilité - Compréhension des systèmes de décision	Examen final
ANG320 - Anglais professionnel	52,5h	Développer la compréhension et la maîtrise de l'expression et maîtriser l'interaction en anglais	Contrôle continu
UAM110 - Expérience professionnelle	33h		
LV2 – Espagnol ou Allemand	27h	Développer la compréhension et la maîtrise de l'expression en application professionnelle à l'international : prospection, actions commerciales, organisation de salons, contrats, etc.	Contrôle continu
Découverte d'une LV3 – Mandarin ou Italien	10h	Se présenter professionnellement, Accueillir un visiteur Acquérir les éléments interculturels nécessaires à la relation commerciale.	Contrôle continu et examen final
<b>Approfondissement métiers du développement export et du marketing – 155,5h au total</b>			
Pré-requis commerce international		- Déterminer les étapes d'une opération import export - Définir et utiliser les INCOTERMS 2020	Mise en application formative
Transport Assurance Douane		- Faire la distinction opérationnelle et juridique entre transitaire et commissionnaire de transport. - Savoir identifier les principales étapes d'une opération de transport multimodal. - Connaître les modes opératoires de transport du fret.	Mises en application de cas pratiques en cours de formation et examen final écrit

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtriser les incoterms 2020 et en connaître leur portée juridique.</li> <li>- Appréhender le cadre juridique du transport international de marchandises</li> <li>- Etre sensibilisé aux réglementations spécifiques au transport</li> <li>- Savoir identifier les risques du transport multimodal.</li> <li>- Comprendre l'ensemble des mécanismes de l'assurance marchandises transportées (souscription, garanties, exclusions, franchise)</li> <li>- Connaître les principales étapes d'un sinistre transport à l'international, assuré en ad valorem.</li> </ul>	
Développement export		<p>Interventions en anglais</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les études de marché export</li> <li>- Identifier les risques export</li> <li>- Financer la prospection</li> <li>- Conduire un entretien commercial export</li> <li>- Organiser, participer et exploiter un salon à l'international</li> <li>- Chiffrer une action commerciale</li> <li>- Choisir un INCOTERM 2020</li> <li>- Gérer les crédits documentaires</li> </ul>	Evaluation formative et examen final écrit en anglais
Marketing / Webmarketing		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir les objectifs</li> <li>- Déterminer les cibles, les sociaux styles</li> <li>- Utiliser les outils du marketing : les analyses Swot et les 4 P</li> <li>- Identifier le positionnement et les territoires de marques, la segmentation</li> <li>- Comprendre les identités, les formes, les couleurs</li> <li>- S'initier au NeuroMarketing</li> <li>- Optimiser les réseaux sociaux professionnels</li> <li>- Participer à des e-salons</li> <li>- Actualiser les sites internet</li> </ul>	Réalisation concrète d'un plan marketing ciblé. Examen final oral de présentation du plan marketing



## LISTE DES INTERVENANTS

INTITULÉ DES MODULES	INTERVENANT(E)
<b>DRA103</b> - Règles générales du droit des contrats	M. CARLE / M. OUEDRAOGO
<b>EAR110</b> - L'Union Européenne : origines et fonctionnement	Mme HERVO

<b>DVE102</b> - Géographie et économie du Commerce International	Mme REUILLON-BODENES
<b>DVE103</b> - Développement International des Entreprises	M. LHOMMEAU / Mme GÉRARD / Mme THIBAUD
<b>MSE101</b> - Management des organisations	M. CASTEL / Mme LE BERRE
<b>ESC101</b> - Mercatique I : les études de marché et les nouveaux enjeux de la Data	M. BOUKHELADENE
<b>ESD104</b> - Politique et stratégies économiques dans le monde global	M. RAISON
<b>ANG20</b> – Anglais professionnel	Mme STEVENS
<b>LV2 Espagnol</b>	Mme CASCON
<b>LV2 Allemand</b>	M. BOCQUET
<b>LV3 Mandarin</b>	Mme GRELET
<b>LV3 Italien</b>	Mme IOVACCHINI
<b>Pré-requis Commerce International</b>	Mme GRELET
<b>Transport Assurance Douane</b>	Mme COLLEZ
<b>Développement Export</b>	Mme GIMBRETIERE
<b>Marketing / Webmarketing</b>	M. LE BRUN / M. GAY