



## **OBJECTIFS DE CERTIFICATION**

**DESCRIPTION DE LA REFERENCE PARTAGEE**

***ASSISTANT COMMERCIAL IMPORT EXPORT***

**EN TERMES D'UNITES COMMUNES D'ACQUIS D'APPRENTISSAGE**

**Tableau descriptif des unités d'acquis d'apprentissage**

Unités d'acquis d'apprentissage	Compétences professionnelles	Attitudes professionnelles	Savoirs
<b>UC1 : Marketing international</b>			
<p>UC11 Étude commerciale et approche des marchés étrangers</p>	<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><b><u>1 Marketing international</u></b></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><b><u>2 Environnement informatique</u></b></p> <p>2.1 Techniques de recherche d'informations</p> <p><b><u>3 Environnement</u></b></p> <p><b><u>3.1 Économie</u></b></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><b><u>3.2 Géopolitique</u></b></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><b><u>3.3 Environnement réglementaire et juridique</u></b></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><b>4 Outils de gestion</b></p> <p>4.1 Analyse statistique (statistiques descriptives et méthodes de prévision)</p> <p><b>5. Communication</b></p> <p>5.1 Communication professionnelle écrite (outils de communication interne)</p>
<p>UC12 Système d'information commerciale</p>	<p>UC12S1 Utiliser les techniques appropriées pour collecter l'information disponible sous tous supports</p> <p>UC12S2 Organiser et évaluer le processus de collecte et de traitement de l'information</p> <p>UC12S3 Utiliser et mettre à jour une base de données de contacts d'affaires</p> <p>UC12S4 Mettre à jour et enrichir régulièrement le système d'information commerciale</p> <p>UC12S5 Communiquer pour préparer la décision</p>	<p>UC12WC1 Mener une veille informationnelle méthodique</p>	<p><b>2. Environnement informatique</b></p> <p>2.2 Composantes et fonctionnalités d'une configuration informatique</p> <p>2.3 Outils de communication électronique</p> <p>2.4 Protection des données</p> <p>2.5 Base de données clients et prospects</p> <p><b>5. Communication</b></p> <p>5.2 Coût et efficacité de l'information</p> <p>5.3 Management de l'information</p>

## UC2 : Vente Export

<p>UC21 Prospection et suivi des clients / partenaires</p>	<p>UC21S1 Identifier et sélectionner les cibles en accord avec les caractéristiques spécifiques des marchés étrangers</p> <p>UC21S2 Évaluer les potentialités des clients actuels</p> <p>UC21S3 Organiser la prospection et communiquer avec les clients potentiels</p> <p>UC21S4 Analyser, évaluer et suivre la prospection</p> <p>UC21S5 Constituer, gérer et mettre à jour un réseau de contacts pertinent et pluriculturel</p> <p>UC21S6 Animer un réseau de vente et un portefeuille de clients</p>	<p>UC21WC1 Communiquer avec les contacts, utiliser et élargir le réseau de contacts professionnels</p> <p>UC21WC2 Être loyal et prendre en considération les intérêts de l'entreprise</p> <p>UC21WC3 Travailler en équipe</p>	<p><b><u>1. Marketing international</u></b> 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</p> <p><b><u>5. Communication</u></b> 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)</p> <p><b><u>6. Langues étrangères</u></b></p>
<p>UC22 Négociation</p>	<p>UC22S1 Rédiger une offre adaptée</p> <p>UC22S2 Préparer et organiser la mission de vente</p> <p>UC22S3 Négocier en langue étrangère avec des clients/partenaires étrangers</p>	<p>UC22WC1 Pratiquer l'écoute active et l'empathie</p>	<p><b><u>1. Marketing International</u></b> 1.13. Définition et adaptation d'une offre commerciale (produit/service)</p> <p><b><u>7. Négociation</u></b> 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</p> <p><b><u>4. Outils de gestion</u></b> 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</p> <p><b><u>5. Langues étrangères</u></b></p>

### UC3 : Achat à l'import

<p><b>UC31</b> Sélectionner les sources pour identifier les fournisseurs potentiels</p>	<p>UC31S1 Identifier les fournisseurs potentiels</p> <p>UC31S2 Sélectionner les fournisseurs potentiels</p>	<p>UC31WC1 Préparer un plan de travail et une liste de priorités</p> <p>UC31WC2 S'assurer du respect des normes et des standards de qualité</p>	<p><b>8. Marketing achat</b></p> <p>8.1 Politique d'achat</p> <p>8.2 Circuits et réseaux d'approvisionnement</p> <p>8.3 Principes de fonctionnement des places de marchés, des plates formes d'achats, des enchères en ligne</p> <p>8.4 Modalités de recherche de fournisseurs potentiels</p> <p>8.5 Critères de choix de fournisseurs potentiels</p>
<p><b>UC32</b> Organiser la négociation</p>	<p>UC32S1 Envoyer la demande d'offre aux fournisseurs pré-sélectionnés</p> <p>UC32S2 Préparer et organiser la négociation avec un fournisseur étranger</p> <p>UC32S3 Evaluer les offres et les fournisseurs</p>	<p>UC32WC1 Adopter une attitude loyale et savoir préserver les intérêts de son entreprise</p>	<p><b>8. Marketing achat</b></p> <p>8.6 Processus d'achat : identification des besoins et des spécifications</p> <p>8.7 Appel d'offre international – demande d'offre</p> <p>8.8 Régimes douaniers et gestion des risques</p> <p>8.9 Outils et méthodes d'évaluation et de comparaison des offres et des fournisseurs</p> <p>8.10 Contrat d'achat</p> <p>8.11 Conditions générales de vente</p> <p><b>4 Outils de gestion</b></p> <p>4.7 Gestion des approvisionnements</p> <p>4.8 Composantes du coût de revient à l'import</p> <p>4.9 Budgets des approvisionnements et des achats</p> <p>4.10 Modalités d'évaluation de la performance des fournisseurs</p> <p><b>7. Négociation</b></p> <p>7.4 Négociation à l'achat</p>

<b>UC4 : Management et gestion des opérations du commerce international</b>			
<p><b>UC41</b> Sélectionner des prestataires de service pour les opérations de commerce international</p>	<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 service 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 service</p>		<p><b><u>2. Environnement informatique</u></b> 2.7 Outils logiciels de gestion des opérations de commerce international 2.8 EDI (échange de données informatisé) et Web EDI</p> <p><b><u>9 Management</u></b> 9.1 Décision et processus de prise de décision 9.2 Management de projet</p> <p><b><u>10 Techniques du commerce international</u></b> 10.1 Prestataires de service des opérations internationales 10.2 Critères de choix de prestataires potentiels 10.3 Choix entre l'externalisation et l'internalisation des opérations de commerce international 10.4 Suivi des prestataires sélectionnés</p>
<p><b>UC42</b> Assurer le suivi documentaire des opérations</p>	<p>CUC42S1 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</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>CUC42WC2 Allouer de manière optimale le temps et les ressources</p>	<p><b><u>10 Techniques du commerce international</u></b> 10.5 Logistique internationale 10.6 Incoterms 10.7 Moyens de transport, tarification, choix et contrats 10.8 Gestion de la chaîne documentaire des opérations internationales 10.9 Moyens et techniques de paiement 10.10 Modes de financement des opérations commerciales courantes (à l'export et à l'import) 10.11 Gestion des procédures douanières 10.12 Modes de couverture des risques (commercial et politique, transport, non-conformité, ...) 10.13 Contrats de vente et de distribution dans un contexte international 10.14 Politique de prix</p>

	service Clients (Service Relationship Management-SRM)	UC42WC3 Établir des relations stables avec les partenaires pertinents	10.15 Gestion des incidents 10.16 Propriété intellectuelle, brevets et marques  <b><u>4. Outil de gestion</u></b> 4.11. Gestion des comptes clients et gestion de trésorerie 4.12. Tableaux de bord 4.13. Mathématiques financières  <b><u>9 Management</u></b> 9.3. Planification et gestion du temps
<b>UC5 Gérer les relations dans un contexte pluriculturel</b>			
UC51 Langue étrangère des affaires A	UC51S1 Portefeuille européen des langues–niveau B2		
UC52 Langue étrangère des affaires B	UC52S1 Portefeuille européen des langues–niveau B2		
UC53 Management et communication interculturel	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	<b><u>11. Management et communication interculturels</u></b> 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)  <b><u>3 Environnement</u></b> 3.3.5 Cadre juridique des relations du travail pour les individus et les groupes (code du travail)  <b><u>1. Marketing international</u></b> 1.13 Animation des réseaux de vente (agents, importateurs, distributeur final, équipes virtuelles, rémunération, motivation, stimulation, contrôle)

*Objectifs de certification : Description du profil professionnel en termes d'unités communes de résultats d'apprentissages*



Ce document a été créé grâce aux travaux menés dans le cadre du projet européen COMINTER.



Le projet COMINTER a été financé avec le soutien de la Commission Européenne. Cette publication n'engage que son auteur et la Commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenues.

