

PLAN D'ÉTUDES BTS COMMERCE INTERNATIONAL

Pré-requis :

Bac
ou équivalent

Durée théorique :

2 ans

(inscription garantie pendant 3 ans⁽¹⁾)
Possibilité en 1 an, sous certaines conditions⁽²⁾

Nombre d'heures de formation :

2140 heures

Objectif de formation

Le BTS Commerce international forme à développer l'activité internationale des entreprises et à pérenniser les échanges commerciaux. Ces futurs professionnels à vocation internationale sont notamment préparés à assurer la gestion et le suivi de la relation commerciale dans un cadre interculturel, en coordination avec l'ensemble des acteurs internes et externes. Grâce à leurs qualités relationnelles et leur maîtrise des langues étrangères, ces gestionnaires des opérations d'import-export exercent des missions très variées :

- Participation à l'élaboration des offres commerciales, aux actions de promotion et de prospection
- Mise en œuvre des opérations internationales
- Organisation, contrôle et suivi de la réalisation des contrats internationaux
- Gestion des risques, des réclamations et des litiges
- Participation à la conception et suivi des tableaux de bord
- Veille sur l'environnement de l'entreprise

Diplôme d'Etat

Le BTS Commerce international est un diplôme national de l'enseignement supérieur de niveau Bac +2 qui attribue 120 crédits ECTS.

Diplôme d'Etat **BAC +2**



Stage

La durée de stage est de 490 heures à 560 heures, soit de 14 à 16 semaines, réparties sur la période de formation, au sein d'une ou plusieurs entreprises, avec au minimum 4 semaines consécutives à l'étranger, de préférence dans un pays non-francophone.

Les stages servent de support à la construction des dossiers professionnels des deux épreuves E4 « Relation commerciale interculturelle en anglais et en français » et E6 « Développement commercial international ». Les stages contribuent également à l'acquisition et au renforcement des compétences de l'unité U5 « Mise en œuvre des opérations internationales ».

Pour les candidats salariés dans le domaine de la formation, le stage n'est pas obligatoire. Leurs missions en entreprise doivent leur permettre de réaliser les dossiers professionnels.

Organisation de la formation

Le programme de formation est structuré en unités d'enseignement, conformément au référentiel. Chaque unité d'enseignement est composée d'un ou plusieurs cours qui sont organisés en séquences. Chaque cours comporte des exercices auto-corrigés de type QCM pour vérifier l'assimilation des connaissances (en moyenne 1 exercice par séquence). A la fin de chaque cours, vous devrez réaliser, pour vous entraîner, les devoirs notés et corrigés par vos professeurs (en moyenne 2 devoirs par cours). Pour conclure, à l'issue de chaque unité d'enseignement, vous aurez à effectuer les examens blancs pour vous préparer efficacement aux épreuves (1 examen blanc par unité d'enseignement). Pour des raisons pédagogiques et votre réussite, la réalisation de l'intégralité des devoirs est obligatoire.

Examens

Pour les étudiants résidant en France et dans les DOM-TOM, les examens se dérouleront entre mai et juin dans un des centres de votre académie, et pour les résidents à l'étranger, dans un centre de l'académie dont dépend l'adresse que vous aurez déclarée en France.

(1) La garantie d'inscription de 3 ans n'est pas valable pour les dispositifs de formation professionnelle continue CPF, contrat de professionnalisation, les formations prises en charge par une région et les formations 100 % à distance gratuites et rémunérées par Pôle emploi. Dans le cadre de ces dispositifs, la durée de formation correspond aux dates indiquées dans le contrat.(2) Valable pour les étudiants dont le dossier de positionnement a été validé par le rectorat avant leur inscription.

PROGRAMME DU BTS COMMERCE INTERNATIONAL*

Enseignement général	Enseignement professionnel
<p>Culture générale et expression</p> <p>- Méthodologie : Savoir se documenter et enrichir sa culture générale La méthodologie de la synthèse de documents La méthodologie de l'écriture personnelle Savoir rédiger et utiliser un vocabulaire précis</p> <p>- Thématiques : Vocabulaire et exploration du thème « De la musique avant toute chose ? » ; Musique et société ; Vocabulaire et historique autour du thème « Dans ma maison » ; Les fonctions de l'habitat - Maisons et lien social</p>	<p>Relation commerciale interculturelle en anglais et en français</p> <p>- Relation commerciale interculturelle (en anglais et en français) : Principes humains clés de la négociation interculturelle Exploitation des données externes (clients, fournisseurs et prestataires) Gérer la relation commerciale à l'international, animer un réseau professionnel et assurer la coordination avec les services en interne</p> <p>- Anglais Spécialité International : The global company The global consumer Emerging countries Environmental issues and transport The world company</p>
<p>Langue vivante étrangère 2 (Espagnol ou Italien)</p> <p>- Espagnol : La expresión del pasado ; Impersonalidad y proposiciones de relativo ; Las particularidades del subjuntivo español ; Expresando el gerundio y ubicándose ; Preposiciones, modo y cantidad ; Proposiciones subordinadas e indefinidos ; Comparando y vinculando ; ¿Ser o estar? Perífrasis con infinitivo ; La expresión de la obligación y el cambio. El verbo dar ; La expresión del futuro, de la condición y de la negación</p> <p>- Italien : Grammaire ; Conjugaison ; La phrase</p>	<p>Mise en oeuvre des opérations internationales</p> <p>Gestion des opérations d'import-export : La fonction achats Logistique et Incoterms Instruments, techniques et modes de financement des opérations courantes Gestion des risques des opérations intracommunautaires et avec les pays tiers Cadre juridique du transport international</p>
<p>Culture économique, juridique et managériale</p> <p>- Culture économique, juridique et managériale (1^{ère} partie) : L'intégration de l'entreprise dans son environnement La régulation de l'activité économique L'organisation de l'activité économique</p> <p>- Culture économique, juridique et managériale (2^{ème} partie) : L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise Les mutations du travail Les choix stratégiques de l'entreprise</p>	<p>Développement commercial international</p> <p>- Étude et veille commerciales internationales : L'environnement international Marketing international Stratégies d'internationalisation Veille internationale Études de marché et outils complémentaires</p> <p>- Prospection et suivi de clientèle : La prospection dans le cadre du marketing international La démarche mercatique dans le cadre international Le suivi de l'activité commerciale</p>
<p>OPTION - Communication en langue vivante étrangère 3 (Espagnol ou Italien)</p>	

* Contenu pouvant évoluer en fonction des modifications du référentiel ou du programme