**MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE**

**ADMINISTRATION GENERALE DE L’ENSEIGNEMENT**

**ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE**

**DOSSIER PEDAGOGIQUE**

###### SECTION

##### BACHELIER en INTERNATIONAL BUSINESS

**ENSEIGNEMENT supérieur DE TYPE COURT**

Domaine : Sciences économiques et de gestion

|  |
| --- |
| **CODE: 719100S32D3** |
| **DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX** |

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 1er septembre 2021,**

**sur avis conforme du Conseil général**

|  |
| --- |
| **BACHELIER en international business**  **ENSEIGNEMENT superieur DE TYPE COURT** |

**1. FINALITES DE LA SECTION**

**1.1. Finalités générales**

Conformément à l’article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette section doit :

1. concourir à l’épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale et culturelle ;
2. répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l’enseignement et d’une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

**1.2. Finalités particulières**

Conformément au champ d’activité et aux tâches décrites dans le profil professionnel ci-annexé et approuvé par le Conseil général de l’enseignement de promotion sociale, cette section doit permettre à l’étudiant de développer des ensembles de compétences :

1. d’analyser des marchés étrangers et d’identifier des opportunités commerciales à l’international en prenant en compte les aspects multiculturels ;
2. de réaliser et de suivre des opérations de vente à l’étranger, y compris les aspects administratifs, logistiques et financiers, en prenant en compte le développement du e-commerce ;
3. de gérer des opérations d’achat à l’import,
4. de développer et d’entretenir des relations commerciales dans un contexte interculturel ;
5. de recourir aux outils qu’offre le marketing en matière de ciblage, de positionnement, de différenciation et de communication/promotion ;
6. de communiquer avec ses interlocuteurs principalement dans la langue utilisée à l’international qu’est l’anglais.

**2. UNITES D'ENSEIGNEMENT CONSTITUTIVES DE LA SECTION**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Intitulés** | **Classement de l’unité** | **Codification de l’unité** | **Domaine**  **de formation** | **Unités**  **déterminan-tes** | **Nombre**  **de périodes** | **Nombre d'ECTS** |
| FAITS ET INSTITUTIONS ECONOMIQUES | SEG | 715101U32D2 | 702 |  | 60 | 5 |
| ORGANISATION DES ENTREPRISES ET ELEMENTS DE MANAGEMENT | SEG | 718211U32D2 | 702 |  | 40 | 4 |
| PRINCIPES DE BASE DU MARKETING | SEG | 714104U32D1 | 704 |  | 80 | 7 |
| ÉLEMENTS DE STATISTIQUE | SEG | 013203U32D2 | 002 |  | 40 | 3 |
| STATISTIQUE INFERENCIELLE | SEG | 013204U32D2 | 002 |  | 40 | 3 |
| NOTIONS DE GEOGRAPHIE ECONOMIQUE ET HUMAINE | SEG | 021433U32D2 | 002 |  | 40 | 3 |
| ELEMENTS DE LEGISLATION APPLIQUEE AU COMMERCE | SJ | 713304U32D2 | 703 |  | 60 | 5 |
| TECHNIQUES ADMINISTRATIVES ET FISCALES DU COMMERCE INTERNATIONAL ET DES TRANSPORTS | SEG | 719105U32D2 | 702 | x | 80 | 6 |
| RELATIONS INTERNATIONALES : QUESTIONS GEOPOLITIQUES ET ECONOMIQUES CONTEMPORAINES | SEG | 715102U32D3 | 702 |  | 40 | 3 |
| INTRODUCTION A LA SUPPLY CHAIN ET AUX TRANSPORTS | SEG | 719104U32D2 | 702 | x | 70 | 6 |
| GESTION ET TECHNIQUES FINANCIERES APPLIQUEES AU COMMERCE INTERNATIONAL | SEG | 717402U32D2 | 702 | x | 80 | 6 |
| ACHATS, PRIX ET DEVIS A L’INTERNATIONAL | SEG | 719103U32D2 | 704 | x | 80 | 6 |
| DROIT APPLIQUE AU COMMERCE INTERNATIONAL | SJ | 713009U32D2 | 703 |  | 70 | 5 |
| RECHERCHE DOCUMENTAIRE ET ETUDES DE MARCHES | SEG | 714805U32D1 | 704 |  | 40 | 3 |
| SUIVI ET DEVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT | SEG | 714604U32D1 | 704 |  | 60 | 5 |
| APPROCHE MULTICULTURELLE DE LA NEGOCIATION ET DU MARKETING | SEG | 715103U32D2 | 702 | x | 120 | 10 |
| E-COMMERCE A L’INTERNATIONAL | SEG | 714508U32D1 | 704 | x | 60 | 5 |
| STRATEGIE A L’INTERNATIONAL | SEG | 714509U32D1 | 704 | x | 90 | 8 |
| NOTIONS DE COMMERCE EQUITABLE | SEG | 714510U32D1 | 704 |  | 30 | 2 |
| INFORMATIQUE : TABLEUR | SEG | 754510U32D1 | 710 |  | 50 | 4 |
| TECHNIQUES DE COMMUNICATION PROFESSIONNELLE | SEG | 035027U32D1 | 002 |  | 70 | 6 |
| INTRODUCTION A LA COMPTABILITE | SEG | 711000U32D1 | 702 |  | 50 | 4 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *PREMIERE LANGUE ETRANGERE* | *ANGLAIS* |  |  |  |  |  |
| LANGUE EN SITUATION APPLIQUEe A L’ENSEIGNEMENT SUPERIEUR– UE 4 | LLT | 730294U32D2 | 706 |  | 80 | 7 |
| LANGUE EN SITUATION APPLIQUEe A L’ENSEIGNEMENT SUPERIEUR– UE 5 | LLT | 730295U32D2 | 706 |  | 80 | 7 |
| LANGUE EN SITUATION APPLIQUEe A L’ENSEIGNEMENT SUPERIEUR– UE 6 | LLT | 730296U32D2 | 706 | x | 80 | 7 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *DEUXIEME LANGUE ETRANGERE* | *AU CHOIX : NEERLANDAIS, ALLEMAND, espagnol, ITALIEN, LUXEMBOURGEOIS* | | | |  |  |
| LANGUE EN SITUATION APPLIQUEE A L’ENSEIGNEMENT SUPERIEUR – UE 3 | LLT | 73XX93U32D2 | 706 |  | 80 | 7 |
| LANGUE EN SITUATION APPLIQUEE A L’ENSEIGNEMENT SUPERIEUR – UE 4 | LLT | 73XX94U32D2 | 706 |  | 80 | 7 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***STAGES*** | | | | | | |
| BACHELIER : STAGE ORIENTE D'INSERTION SOCIO-PROFESSIONNELLE | SIT | 209001U31D1 | 206 |  | 120/40 | 3 |
| BACHELIER EN INTERNATIONAL BUSINESS : STAGE D’INTEGRATION PROFESSIONNELLE | SEG | 719101U32D2 | 704 |  | 120/20 | 5 |
| BACHELIER EN INTERNATIONAL BUSINESS : ACTIVITES PROFESSIONNELLES DE FORMATION | SEG | 719102U32D3 | 704 | x | 120/20 | 8 |
| ***EPREUVE INTEGREE*** | | | | | | |
| EPREUVE INTEGREE DE LA SECTION : BACHELIER EN INTERNATIONAL BUSINESS | SEG | 719100U32D2 | 704 |  | 120/ 20 | 20 |

|  |  |
| --- | --- |
| TOTAL DES PERIODES DE LA SECTION |  |
| A) nombre de périodes suivies par l'étudiant | 2230 |
| B) nombre de périodes professeur | 1850 |
| C) nombre d’ECTS | 180 |

1. MODALITES DE CAPITALISATION

Gestion et techniques financières appl. au com. Intern. 80 - 6

Droit appliqué au commerce international 70 - 5

Eléments de législation appliquée au commerce

60 - 5

EPREUVE INTEGREE DE LA SECTION BACHELIER EN INTERNATIONAL BUSINESS 120

Relations internationales : Questions géopolitiques et économiques contemporaines

40 - 3

Éléments de statistique

40 - 3

Faits & institutions économiques

60 - 5

Notions de commerce équitable

30 - 2

Introduction à la comptabilité

50 - 4

Statistique inférencielle

40 - 3

Achats, prix et devis à l’international

80 - 6

Notions de géographie économique et humaine 40 - 3

Recherche documentaire et études de marchés

40 - 3

e-commerce à l’international

60 - 5

Principes de base du marketing

80 - 7

Stratégies à l’international

90 - 8

Organisation des entreprises et éléments de management

40 - 4

Techno administratives et fiscales du com. internat. et des transports

80-6

Approche multiculturelle de la négociation et du marketing

120-10

Stage d’intégration professionnelle

120 - 5

Stage orienté d’insertion socioprofessionnelle

120 - 3

Informatique : Tableur

50 - 4

Activités professionnelles de formation

120 - 8

Suivi et développement de la relation client

60 - 5

Techniques de communication professionnelle

70 - 6

Introduction à la Supply Chain et aux transports

70 - 6

Langue en situation appl. à l’enseignement sup. – UE5 (anglais)

80 - 7

Langue en situation appl. à l’enseignement sup. - UE4 (anglais)

80 - 7

Langue en situation appl. à l’enseignement sup. – UE6 (anglais)

80 - 7

Langue en situation appl. à l’enseignement sup. - UE4

80 - 7

Langue en situation appl. à l’enseignement sup. - UE 3

80 - 7

**4. TITRE DELIVRE A L’ISSUE DE LA SECTION**

Diplôme de « Bachelier en International Business »

**MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE**

**ADMINISTRATION GENERALE DE L’ENSEIGNEMENT**

**ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE**



**CONSEIL GENERAL DE L’ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE**

**Profil professionnel**

***BACHELIER EN INTERNATIONAL BUSINESS***

**Enseignement supérieur de type court**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| FINALITE | N.A. | NIVEAU (du Cadre des Certifications) | 6 |
| SECTEUR | 1. Sciences humaines et sociales | DOMAINES D’ETUDES | 9. Sciences économiques et de gestion |
| TYPE | COURT | CYCLE | PREMIER |
| LANGUE  (Majoritaire) | FRANCAIS | CREDITS | 180 |

Approuvé par le Conseil général de l’Enseignement de Promotion sociale le 06 décembre 2019

Conseil général de l’Enseignement de Promotion sociale Profil professionnel adopté le 06 décembre 2019

Enseignement supérieur technique de type court

***BACHELIER EN INTERNATIONAL BUSINESS***

La formation de bachelier en International Business se réfère au niveau 6 du CEC.

Elle a pour mission de préparer les étudiants à être des citoyens actifs dans une société démocratique, les préparer à leur future carrière, permettre leur épanouissement personnel, créer et maintenir une large base et un haut niveau de connaissances, stimuler la recherche et l’innovation.

***CHAMP D’ACTIVITE***

Le bachelier en International Business contribue au développement national et 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), dans le respect des prescriptions légales et des préoccupations éthiques, environnementales et sociétales, de mettre en œuvre les choix stratégiques et de coordonner les opérations internationales entre les différentes fonctions de l’organisation et/ou les partenaires extérieurs.

Le bachelier en International Business :

* collecte tout type d’information sur les marchés étrangers et il renseigne le système d’information pour faciliter la prise de décision stratégique ;
* recherche, détecte les opportunités d’achats et de ventes de biens et/ou de services à l’international et prospecte les marchés cibles ;
* prépare, négocie, réalise les opérations d’import-export et en assure le suivi ;
* conduit ces actions en respectant des objectifs de rentabilité et de satisfaction de la clientèle ;
* identifie les opportunités d’affaires.

Par la polyvalence de son métier, le bachelier en International Business est à même d’évoluer dans de très nombreux domaines professionnels, dans un contexte multilingue et multiculturel. Il peut travailler pour tout type d’entreprise ou d’organisation, industrielle, commerciale ou de services et plus spécifiquement pour des sociétés de négoce, de distribution, des prestataires de services de douane ou de transport et logistique, des organismes de conseil, des sociétés de services d’accompagnement à l’international ou encore des organisations européennes et internationales. Il peut aussi créer sa propre entreprise d’import-export.

***TACHES/COMPETENCES***

**1. S’insérer dans son milieu professionnel et s’adapter à son évolution**

* travailler, tant en autonomie qu'en équipe dans le respect de la culture de l'entreprise ;
* collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité ;
* adopter une attitude éthique et respecter les règles déontologiques ;
* développer une approche responsable, critique et réflexive des pratiques professionnelles et de ses projets d’affaires ;
* cultiver l’ouverture multiculturelle et intégrer l’approche de la responsabilité sociétale des entreprises ;
* identifier ses besoins de développement et s’inscrire dans une démarche de formation permanente.

**2. Communiquer : écouter, informer et conseiller les acteurs, tant en interne qu’en externe**

Par sa connaissance et sa pratique des langues et dans un contexte multiculturel :

* présenter, par écrit et oralement, un plan d’action commerciale ;
* gérer les relations commerciales en pratiquant l’écoute et l’empathie et créer des collaborations ;
* négocier avec les différents acteurs ;
* concevoir et orienter les messages de communication en fonction des interlocuteurs et de la situation ;
* défendre son projet avec conviction et enthousiasme ;
* constituer et entretenir un réseau de contacts.

**3. Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres au commerce international**

* conduire et gérer des études de marché ;
* mener des activités de prospection et évaluer les risques pays/clients ;
* mettre en œuvre un marketing stratégique et opérationnel adapté en intégrant la dimension multiculturelle et les différentes contraintes de l’environnement ;
* utiliser des logiciels et outils informatiques adéquats ;
* rencontrer les prescriptions légales nationales et internationales ;
* préparer, négocier et conclure une vente et un achat.

**4. Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique**

* comprendre et anticiper l’évolution économique, légale, géopolitique et culturelle des marchés en identifiant les indicateurs pertinents de veille ;
* dépouiller, trier, synthétiser et interpréter les résultats d'études de marché ;
* effectuer un diagnostic stratégique de la situation commerciale de l'entreprise et de son environnement international et faire des recommandations d’importation ou d’exportation ;
* identifier tous les documents nécessaires aux opérations de commerce international et les mécanismes de financement et de paiement à l’international ;
* évaluer la rentabilité des actions commerciales ;
* visualiser les flux de produits et d’information et optimiser l’acheminement des marchandises dans la chaîne d’approvisionnement.

**5. S’organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission.**

* planifier les différentes étapes liées à l'élaboration d’une stratégie import-export ;
* coordonner les études de marché ;
* collaborer avec les services finance, achat et logistique, production, qualité et service après-vente ;
* veiller à la bonne réalisation des opérations de douanes, de transport et de réception et expédition des marchandises ;
* assurer le suivi des contacts clients, fournisseurs et prestataires de services ;
* gérer le travail des équipes commerciales et favoriser les collaborations au sein du service ou du département ;
* développer et gérer avec flexibilité des projets complexes, dans le cadre d’une démarche entrepreneuriale.

***DEBOUCHES***

* entreprises industrielles et commerciales, y compris les sociétés de négoce et les prestataires de services (transporteurs, transitaires, …) ;
* organismes privés ou publics de conseil, d’appui ou d’accompagnement à l’international (Chambres de commerce, Missions régionales, …) ;
* consultance en commerce extérieur.