

Administration générale de l'Enseignement

Enseignement de Promotion sociale

CONSEIL GENERAL

**LISTE DES ENSEMBLES DE COMPETENCES**

**BACHELIER EN INTERNATIONAL BUSINESS**

**ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT**

**DOMAINE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION**

Approuvé le xxxxx

# 1. FONDEMENT LÉGAL DE LA DEMANDE DE CORRESPONDANCE

Conformément à l’article 121§4 du décret du 07 novembre 2013 définissant le paysage de l'enseignement supérieur et l'organisation académique des études, les établissements relevant de l'enseignement de promotion sociale organisent les sections d'enseignement supérieur conformément aux dossiers pédagogiques approuvés par avis conforme par le Conseil général de l'enseignement de promotion sociale et reconnus comme correspondants ou équivalents au sens de l'article 75 du décret du 16 avril 1991 organisant l'Enseignement de promotion sociale.

Le décret du 16 avril 1991, en son article 75, stipule en effet que *l’enseignement de promotion sociale délivre un titre correspondant à celui de l'enseignement de plein exercice lorsque ce titre sanctionne* ***des ensembles de compétences et d'acquis d'apprentissage établis conformément (…) aux profils de compétences élaborés par l’ARES.***

*Pour l'enseignement supérieur, le Gouvernement déclare correspondants les ensembles de compétences prévus à l'alinéa 1er au terme de la procédure visée à* l'article *121, alinéa 4, du décret du 7 novembre 2013.*

L’article 79 §2 1° du décret du 16 avril 1991 précise de plus que pour les sections de l'enseignement supérieur de promotion sociale, *le dossier pédagogique est soumis à l'avis de la chambre thématique visée à l'article 37 du décret du 7 novembre 2013 précité. Cet avis est transmis par l’« ARES» à l'approbation du Gouvernement.*

Ainsi, en cas de demande de correspondance du titre délivré par l’Enseignement de promotion sociale à celui délivré dans l’enseignement des Hautes Ecoles, l’article 121 §4 du décret du 07 novembre 2013 définissant le paysage de l'enseignement supérieur et l'organisation académique des études prévoit que *les chambres thématiques visées à l'article 37, chacune pour les niveaux et les domaines qui les concernent remettent un avis motivé sur la correspondance ou l'équivalence de niveau des dossiers pédagogiques approuvés par le Conseil général de l'enseignement de promotion sociale. L'avis des chambres est transmis par l'ARES au Gouvernement pour approbation.*

En vue de solliciter cet avis, le Conseil général établit la liste de l’ensemble des compétences, selon les principes établis au point 3 du présent document.

Cette liste est le document de référence dans le processus de consultation de la chambre thématique.

En outre, l’Arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 18 juillet 1994 relatif aux titres délivrés par l'enseignement supérieur de type court de promotion sociale de régime 1, stipule en son article 5 que :

*« Un titre correspondant à un diplôme de bachelier délivré par l’enseignement supérieur de type court est délivré à l’étudiant qui termine avec fruit une section dont le dossier pédagogique a été approuvé par le Gouvernement et lorsque la procédure prévue à l’article 75 du décret aboutit à ce que le Gouvernement déclare que ce titre sanctionne un ensemble de compétences équivalent à l’ensemble des compétences sanctionné par un des diplômes de bachelier délivré par l’enseignement supérieur de plein exercice ».*

# 2. PRÉSENTATION DES DOSSIERS PEDAGOGIQUES DE SECTION DE L’ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE PROMOTION SOCIALE

# *2.1. Quel est le contenu des dossiers pédagogiques de chaque unité d’enseignement constitutive d’une section ?*

L'Enseignement de promotion sociale est organisé en « unités d’enseignement » capitalisables pour l'obtention du titre visé par une « section ».

A. Le contenu de chaque « *unité d’enseignement »*, constituée d'une ou plusieurs activités d’enseignement (ou cours) formant un ensemble cohérent est défini dans un dossier pédagogique. Chaque dossier pédagogique d’une unité d’enseignement comprend, en vertu de l'article 79, § 2, du décret du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale :

1. **l'horaire** de référence minimum de l'unité d'enseignement, à savoir l’intitulé des cours et les volumes exprimés en terme de périodes de 50 minutes (cours théoriques, cours pratiques, laboratoires,…) ainsi que la part d’autonomie de l’unité;
2. **les acquis d’apprentissage** à maîtriser à l'issue de l'unité d'enseignement :
   * toutes les compétences que l'étudiant doit démontrer pour atteindre le seuil de réussite et obtenir l'attestation de réussite de l'unité d’enseignement ;
   * cette rubrique décrit aussi un degré de maîtrise c'est-à-dire des critères à prendre en compte pour donner une cote supérieure à 50 %.
3. **les finalités générales** :
   * concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
   * 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.
4. **les finalités particulières** : elles sont spécifiques à l'unité d’enseignement ;
5. **les capacités préalables requises** pour l'admission à l'unité d'enseignement : les capacités que le futur étudiant doit maîtriser pour être admis dans l'unité d’enseignement ; le contrôle de cette maîtrise est effectué sur base d'un test s'il ne possède pas le titre mentionné dans le dossier comme titre pouvant en tenir lieu. Tout autre titre peut être pris en considération par le Conseil des études de l'établissement s'il recouvre les mêmes capacités.

Le CESS est dans le cas précis de la section concernée requis pour l’admission dans les unités d’enseignement.

1. **le programme** **minimum**, exprimé en termes d'objectifs suffisamment détaillés du ou des cours composant l'unité d'enseignement : Ce programme est établi de manière telle qu'en fin d'unité d'enseignement, les étudiants maîtrisent les acquis d'apprentissage de l'unité ;

Pour chaque cours, les capacités que l'étudiant doit mettre en œuvre pendant la formation : elles déterminent les activités d'apprentissage, soit les capacités intermédiaires.

1. **le profil du (des) chargé (s) de cours :** 
   * soit un enseignant ;
   * soit un expert dans les spécialités visées : en ce cas, le profil de l'expert doit être décrit.

B. Quel est le contenu du dossier pédagogique d’une section ?

Une section est constituée d'une ou plusieurs « *unités d’enseignement »*.

Une section permet de délivrer un titre d'études : dans ce cas précis pour l'enseignement supérieur de type court, un grade académique de « Bachelier en International Business »

Le dossier pédagogique d’une section est un document qui précise :

1. la liste des unités d’enseignement qui la constitue et le nombre de crédits associé à chaque unité,
2. les finalités particulières de la section,
3. l'articulation des unités d’enseignement entre elles, c’est-à-dire les modalités de capitalisation et les liaisons entre elles (en matière de prérequis),
4. le titre délivré.

Si une section est constituée de plus de deux unités d’enseignement, alors une unité d’enseignement " épreuve intégrée " doit être organisée.

L'unité d’enseignement « épreuve intégrée » prépare l'étudiant à l’épreuve intégrée (réalisation d’un travail de fin d'études et présentation du travail de fin d'études devant un jury composé notamment de personnes étrangères à l’établissement) : au cours de l'épreuve, l'étudiant doit prouver qu'il est capable d'intégrer les savoirs, aptitudes et compétences directement liés aux acquis d'apprentissage des unités déterminantes de la section et en référence au profil professionnel.

Les résultats obtenus au terme de l’évaluation des acquis d’apprentissage des unités déterminantes d’une section et de l’unité « épreuve intégrée » participent au pourcentage final du diplôme : l'épreuve intégrée intervient pour 1/3 et les unités d'enseignement déterminantes pour 2/3. L'étudiant qui possède les attestations de réussite de toutes les unités d’enseignement constitutives de la section et qui obtient au moins 50% au pourcentage final est diplômé et obtient le titre visé par la section.

# *2.2. Quelles sont les étapes préalables à l'élaboration d’un dossier pédagogique de section dans l’enseignement de promotion sociale ?*

**Le Conseil général de l’Enseignement de promotion sociale** doit préalablement fixer et approuver le profil professionnel lié à la section.

Des groupes de travail du Conseil général élaborent les profils ou examinent ceux qui sont proposés par les réseaux d'enseignement : ces groupes dits « sectoriels » réunissent des membres du Conseil général qui font appel à des experts issus du monde socio-économique.

Le profil professionnel élaboré par le Conseil général vise un niveau d’embauche à la sortie des études et non la description d’un travailleur expérimenté. Il comprend le champ d’activités, les tâches et les débouchés du professionnel. En outre, il peut comporter le référentiel des compétences approuvé par l’ARES.

**Une fois le profil professionnel approuvé par le Conseil général, celui-ci** réalise **les dossiers pédagogiques de la section** concernée dont le contenu sera commun à tous les réseaux d'enseignement :

* il confie à un groupe de travail dont la présidence est assumée par un de ses membres, la réalisation du dit dossier pédagogique;
* il détermine les missions de ce groupe de travail : celui-ci peut se voir confier la mission d'élaborer une filière de formation (plusieurs sections) ou un seul dossier pédagogique ;
* il approuve la composition du groupe de travail :
  + l’inspecteur chargé de la coordination du service d’inspection de l’Enseignement de promotion sociale désigne le(s) membre(s) du corps d’inspection ayant en charge le domaine de formation visé ;
  + la représentativité des Fédérations de Pouvoirs organisateurs est équilibrée ;
  + des experts extérieurs participent aux travaux d'une manière permanente ou ponctuelle ;
* il s'informe régulièrement, lors de sa réunion mensuelle, de l'évolution du dossier en se fondant sur un rapport intermédiaire par les membres du Conseil participant au groupe de travail et il donne son avis, prend des décisions que le groupe de travail doit mettre en œuvre.

# 3. LES PRINCIPES DE CONSTRUCTION DE LA LISTE DES ENSEMBLES DE COMPETENCES CORRESPONDANTS

La liste des ensembles de compétences correspondants élaborée par le Conseil général est le résultat d’une analyse critique du contenu des dossiers pédagogiques des différentes unités d’enseignement constitutives de la section au regard du profil professionnel de la section de la section.

Il est nécessaire d'analyser le profil professionnel visé par le dossier pédagogique, c'est-à-dire catégoriser les différentes activités qui y sont décrites en tenant compte des principales fonctions du métier ; cette étape d'analyse est d’ailleurs préalable à la construction du dossier pédagogique.

Partant du principe fondamental qu'une section est un ensemble cohérent d'unités d’enseignement, que chacune d'entre elles est elle-même un ensemble cohérent d'activités d'enseignement, alors tous les acquis d’apprentissage de toutes les unités d’enseignement doivent former un ensemble de compétences cohérent et approprié au profil professionnel visé.

La liste de compétences de la section « Bachelier en International Business » est structurée comme suit :

1. présentation générale du champ d’activité décrit dans le profil professionnel confronté aux acquis d’apprentissage de l’unité épreuve intégrée «Bachelier en International Business ».
2. présentation analytique des tâches et fonctions attendues dans le profil confrontées aux acquis d’apprentissage évalués dans chaque unité d’enseignement de la section. Les compétences du référentiel précité pourront également être intégrées dans la présentation analytique.

Pourquoi la liste de compétences ne présente-t-elle pas les différentes activités d’apprentissage développées dans le programme de chaque unité d’enseignement ?

L’enseignement de promotion sociale est un enseignement organisé en unités d’enseignement capitalisables et dans l’esprit du décret, la chambre thématique doit rendre son avis sur des « ensembles de compétences correspondants » et non sur une analyse terme à terme des contenus de programme. Mais à toutes fins utiles, la liste de compétences est présentée aux différentes instances, accompagnée du dossier pédagogique complet (UE et section) avec le contenu programme.

**A. COMPÉTENCES À DÉMONTRER EN FIN DE FORMATION**

|  |  |
| --- | --- |
| ***CHAMP D’ACTIVITÉ DU PP DE L’EPS*** | ***ACQUIS D’APPRENTISSAGE DE L’ÉPREUVE INTÉGRÉE DE L’EPS*** |
| CHAMP D’ACTIVITE PROFESSIONNELLE :  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. | **POUR ATTEINDRE LE SEUIL DE RÉUSSITE, L’ÉTUDIANT SERA CAPABLE,**  *au travers d’un travail personnel de recherche, écrit et oral, avalisé par le chargé de cours,*   * de décrire une problématique relevant du domaine du Bachelier en International Business ; * de formuler une (des) hypothèse(s) de recherche en lien avec cette problématique ; * d’intégrer la problématique relevant du domaine du Bachelier en International Business de son épreuve intégrée, s’il échet au sein d’une organisation, en mettant en évidence l’intégration d’acquis d’apprentissage des unités déterminantes liés au domaine du Bachelier en International Business ; * d’analyser des données récoltées ainsi que les fondements scientifiques éclairant l’analyse de la problématique relevant du domaine du Bachelier en International Business ; * d’argumenter son positionnement réflexif et de proposer des pistes de solution en lien avec la problématique identifiée, s’il échet au sein de l’organisation, relevant du domaine du Bachelier en International Business ; * de rédiger et de présenter en langue anglaise une synthèse du travail de recherche. |

**B. COMPÉTENCES À MAÎTRISER AU COURS DE LA FORMATION**

**B.1. COMPÉTENCES SPÉCIFIQUES LIÉES À LA PROFESSION**

|  |  |
| --- | --- |
| ***DESCRIPTION ANALYTIQUE DU PP*** | ***ACQUIS D’APPRENTISSAGE DES UNITÉS D’ENSEIGNEMENT*** |
| * **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 | **UE STAGE ORIENTÉ D’INSERTION SOCIO-PROFESSIONNELLE**  *en référence au profil professionnel de la section dans laquelle il est inscrit,*  *face à des situations spécifiques liées à la profession,*  *en respectant les usages de la langue française et du vocabulaire professionnel,*  *conformément aux consignes données,*   * de corroborer son projet de formation au vu des différentes situations professionnelles en élaborant un rapport synthétique et succinct comportant :   + une description des contextes institutionnel et relationnel (entreprise ou organisme) et des différentes tâches rencontrées,   + une description des différents environnements dans lesquels s'exerce la profession tout en se situant face à son orientation professionnelle et son projet personnel.   **UE BACHELIER EN IB : STAGE D’INTÉGRATION PROFESSIONNELLE**  *dans l’organisation où le stage a été́ effectué,*   1. de réaliser la collecte de données pertinentes à la prise en compte de concepts liés au domaine du Bachelier en International Business ; 2. d’analyser les données collectées et de proposer un traitement de celles-ci ; 3. de respecter la déontologie et la culture de l’organisation où le stage a été réalisé en adoptant des attitudes professionnelles ; 4. de s’adapter aux outils informatiques exploités au sein de cette organisation ;   de rédiger un rapport conformément aux consignes établies reprenant les données collectées au sein de cette organisation, son analyse critique ainsi que son auto-évaluation face aux tâches exécutées au sein de celle-ci.  **UE BACHELIER EN IB : ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES DE FORMATION**  *dans l’organisation où le stage a été effectué,*  d’analyser de manière autonome une démarche liée à une problématique relevant du domaine au sein de l’organisation où son stage a été effectué ;  de mettre en évidence les concepts relevant du domaine du Bachelier en International Business en lien avec la problématique au sein de l’organisation ;   * de préciser les tâches qui devraient être déléguées à d’autres services ou à d’autres organisations en fonction de la structure de celle-ci en lien avec la problématique ; * d’évaluer ses propositions en lien avec la problématique étudiée ; * de respecter la déontologie et la culture de l’organisation où le stage a été réalisé en adoptant des attitudes professionnelles ; * d’assurer une communication professionnelle entre les différents acteurs au sein de l’organisation en utilisant les supports adéquats exploités au sein de celle-ci ;   + - de rédiger un rapport de stage conformément aux consignes établies :qui démontre l’adaptation de la démarche proposée à la problématique rencontrée ;     - qui identifie les difficultés rencontrées au sein de l’organisation afin de mettre en œuvre la démarche proposée ;     - qui identifie les concepts relevant du domaine du Bachelier en…en lien avec la problématique rencontrée ;   qui développe une réflexion critique sur l’organisation et sur la démarche proposée.  **UE APPROCHE MULTICULTURELLE DE LA NÉGOCIATION ET DU MARKETING**  *à partir d’une situation concrète de la vie professionnelle mettant en jeu des stratégies et des pratiques commerciales sur des marchés-cible dans un contexte multiculturel,*  *en disposant de la documentation ad hoc,*   * d’élaborer une stratégie marketing multiculturelle adaptée au marché-cible pour un produit/service spécifique ;   *confronté à un cas concret de la vie professionnelle, au travers d’une mise en situation de négociation sur un marché-cible,*   * d’établir une stratégie de négociation, en justifiant ses choix ; * d’élaborer et de justifier un plan de négociation et son argumentaire, prenant en compte les aspects culturels et psychologiques ; * de négocier sur base de son argumentaire.   **UE NOTIONS DE COMMERCE ÉQUITABLE**  *face à au moins une situation concrète de la vie professionnelle relative au commerce international, mettant en jeu des problématiques liées au commerce équitable,*  *en utilisant la documentation ad hoc,*   1. de caractériser la situation proposée en termes de particularités et de principes de fonctionnement du commerce équitable, en les expliquant ; 2. de produire un commentaire succinct argumenté mettant en évidence, pour les acteurs concernés, les principaux éléments (enjeux éthiques, organisation, …). |
| * **Communiquer : écouter, informer, conseiller 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. | **UE LANGUE EN SITUATION APPL. À L’ENSEIGNEMENT SUP. – UE6 (Anglais)**  **UE LANGUE EN SITUATION APPL. À L’ENSEIGNEMENT SUP. – UE4**  **UE TECHNIQUES DE COMMUNICATION PROFESSIONNELLE**  *face à des situations issues de la vie professionnelle,*  *en s’adaptant au public visé,*  *dans le respect des consignes données*,  *dans le respect des règles et usages de la langue française,*  *à l’aide d’un système informatique opérationnel,*   * de produire un document écrit, synthétique et argumenté ; * d’élaborer et de présenter un exposé oral ;   **1. communication**  *Face à des situations issues de la vie professionnelle,*  *en s’adaptant au public visé,*  *dans le respect des règles et usages de la langue française,*  **UE APPROCHE MULTICULTURELLE DE LA NÉGOCIATION ET DU MARKETING**  *à partir d’une situation concrète de la vie professionnelle mettant en jeu des stratégies et des pratiques commerciales sur des marchés-cible dans un contexte multiculturel,*  *en disposant de la documentation ad hoc,*   * d’élaborer une stratégie marketing multiculturelle adaptée au marché-cible pour un produit/service spécifique ;   *confronté à un cas concret de la vie professionnelle, au travers d’une mise en situation de négociation sur un marché-cible,*   * d’établir une stratégie de négociation, en justifiant ses choix ; * d’élaborer et de justifier un plan de négociation et son argumentaire, prenant en compte les aspects culturels et psychologiques ; * de négocier sur base de son argumentaire. |
| * **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. | **UE PRINCIPES DE BASE DU MARKETING**  *face à des situations concrètes de la vie professionnelle mettant en œuvre des stratégies marketing différenciées,*   * d’identifier les concepts marketing fondamentaux concernés ; * de structurer et d’analyser la position concurrentielle de l’organisation ;   de déterminer les différentes stratégies de croissance qui s’offrent à l’organisation  **UE RECHERCHE DOCUMENTAIRE ET ÉTUDES DE MARCHÉS**  *sur base d’une situation issue de la vie professionnelle relative aux études de marchés, fournie par le chargé de cours et décrite précisément,*   * de mettre en œuvre une recherche documentaire préalable à une étude de marchés : choix des sources, sélection, vérification et présentation des informations pertinentes ; * de concevoir un plan de recherche ; * de réaliser un outil de collecte de l’information cohérent et en adéquation avec le cas proposé ;   *sur base d’une étude de marchés qualitative,*   * d’interpréter les résultats ; * de porter un regard critique sur la méthodologie utilisée.   **UE TECHNIQUES DE COMMUNICATION PROFESSIONNELLE**  *face à des situations issues de la vie professionnelle,*  *en s’adaptant au public visé,*  *dans le respect des consignes données*,  *dans le respect des règles et usages de la langue française,*  *à l’aide d’un système informatique opérationnel,*   * de produire un document écrit, synthétique et argumenté ; * d’élaborer et de présenter un exposé oral ;   **2. techniques de communication professionnelle**  *dans des situations de gestion d’informations, à l’aide d’un système informatique opérationnel, dans le respect des consignes données, dans le respect des* règles *et usages de la langue française,*  **UE INFORMATIQUE : TABLEUR**  *dans des situations de gestion d’informations issues de la vie professionnelle,*  *à l’aide d’un système informatique opérationnel connu,*  *dans le respect des consignes données,*   * de mettre en œuvre, de manière adéquate, les fonctionnalités d’un logiciel tableur en réalisant au minimum les opérations suivantes : * effectuer des opérations mathématiques à l’aide de formules et de fonctions ; * mettre en forme et en page les données et les résultats obtenus ; * traiter des données ; * représenter des données sous forme graphique ou de tableaux dynamiques.   **UE ELEMENTS DE LÉGISLATION APPLIQUÉE AU COMMERCE**  *face à des problèmes juridiques simples concernant les contrats civils et commerciaux, les pratiques du commerce,*  *en disposant de la documentation ad hoc,*   * d’identifier les cadres juridiques concernés ; * de les résoudre par l’application des notions de droit qui régissent ces situations ; * de structurer et de justifier la démarche juridique mise en œuvre.   **UE DROIT APPLIQUÉ AU COMMERCE INTERNATIONAL**  *à partir de l’analyse d’un contrat parmi ceux d’intermédiaires, de partenariats, de ventes à l’international, au choix du chargé de cours,*   * de dégager, les paramètres de négociation susceptibles de protéger les intérêts juridiques de son organisation ;   *face à au moins deux problèmes juridiques simples concernant les contrats commerciaux, les pratiques du commerce et le droit international et européen, en disposant de la documentation ad hoc,*   * d’identifier et d’expliciter la situation juridique concernée ; * de proposer et de justifier des pistes de solution par l’application des notions de droit qui régissent cette situation en particulier les Incoterms ; * de structurer et de justifier la démarche juridique mise en œuvre.   **UE APPROCHE MULTICULTURELLE DE LA NÉGOCIATION ET DU MARKETING**  *à partir d’une situation concrète de la vie professionnelle mettant en jeu des stratégies et des pratiques commerciales sur des marchés-cible dans un contexte multiculturel,*  *en disposant de la documentation ad hoc,*   * d’élaborer une stratégie marketing multiculturelle adaptée au marché-cible pour un produit/service spécifique ;   *confronté à un cas concret de la vie professionnelle, au travers d’une mise en situation de négociation sur un marché-cible,*   * d’établir une stratégie de négociation, en justifiant ses choix ; * d’élaborer et de justifier un plan de négociation et son argumentaire, prenant en compte les aspects culturels et psychologiques ; * de négocier sur base de son argumentaire.   **UE NOTIONS DE COMMERCE ÉQUITABLE**  *face à au moins une situation concrète de la vie professionnelle relative au commerce international, mettant en jeu des problématiques liées au commerce équitable,*  *en utilisant la documentation ad hoc,*   1. de caractériser la situation proposée en termes de particularités et de principes de fonctionnement du commerce équitable, en les expliquant ; 2. de produire un commentaire succinct argumenté mettant en évidence, pour les acteurs concernés, les principaux éléments (enjeux éthiques, organisation, …).   **UE E-COMMERCE À L’INTERNATIONAL**  *à partir d’un scénario dûment explicité par le chargé de cours, mettant en œuvre le développement d’un site de « e-commerce » à l’international pour un marché-cible et une gamme de produits/un produit donné(s),*  *dans le respect des réglementations en vigueur,*  *en disposant de la documentation ad hoc et de l’outil informatique,*   1. d’établir un business plan « e-commerce » en argumentant ses choix :  * justification du choix du marché-cible (potentialités), * analyse des consommateurs cibles (habitudes, motivations, …), * analyse de la concurrence (site, stratégie marketing, politique de pricing, de frais, de livraison, de communication …) * développement de la stratégie webmarketing (application des 4P) : * promotion : diffusion de la marque, du site, positionnement, * product : produits à lancer, ajustements pour le marché local, * pricing : prise en compte de l’environnement concurrentiel et du pouvoir d’achat, * distribution et logistique : coût d’expédition, livraison, …, * passerelles de paiement ;  1. d’établir un cahier des charges de développement et de gestion d’un site e-commerce : ergonomie du site, langue (adaptation aux pays cibles), accroche visiteurs (home page, transformation des visiteurs en clients), accroche et fidélisation client (catalogue et fiches produits, …), gestion du panier, processus d’achat, suivi de commande, ... |
| * **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. | **UE INTRODUCTION À LA COMPTABILITÉ**  *face à des situations issues de la vie professionnelle courante,*  *en disposant de la documentation usuelle, dont les comptes annuels,*   * de décrire et d’expliciter des rubriques du bilan et du compte de résultat ainsi que les règles d’évaluation à appliquer ; * d’imputer quelques écritures de base, y compris fiscales (TVA, impôt à payer) et sociales (salaires, ONSS), en appliquant les techniques de la comptabilité en partie double et le P.C.M.N. ; * d’expliciter leur impact sur le bilan et le compte de résultat ; * de présenter les comptes annuels sous forme d’un tableau synthétique (masses bilantaires, …).   **UE ELEMENTS DE STATISTIQUE**  *face à une situation issue de la vie professionnelle,*  *face à des données se prêtant au traitement statistique,*  *en respectant les consignes de réalisation précisées :*   * d'expliciter les concepts et les techniques à appliquer en utilisant le vocabulaire d’une manière adéquate ; * d'appliquer les techniques, les démarches appropriées pour assurer le traitement des données ; * de présenter les résultats en utilisant les ressources du logiciel disponible (tableaux, graphiques, …) et de les interpréter.   **UE STATISTIQUE INFÉRENTIELLE**  *face à une situation - problème relevant de la statistique stochastique , les consignes de réalisation lui étant précisées :*   * d’appliquer au problème posé les techniques, les démarches appropriées pour en assurer le traitement ; * d’effectuer les calculs nécessaires ; * de présenter les résultats en explicitant et en justifiant la méthode utilisée.   **UE GESTION ET TECHNIQUES FINANCIÈRES APPLIQUÉES AU COMMERCE INTERNATIONAL**  *face à des situations concrètes de la vie professionnelle relatives au financement à l’exportation, aux investissements directs étrangers et à la couverture du risque de change :*   * de proposer et de justifier les modalités de paiement et de financement les plus pertinentes, en tenant compte des risques ; * d'évaluer la pertinence d'un projet, de prescrire et de justifier un mode de financement adapté aux caractéristiques de l’entreprise et du pays d’exportation ; * de sélectionner et de justifier le choix d’une couverture de risque de change en fonction du contrat négocié et de la situation monétaire internationale.   **1. Notions de mathématiques financières**  *face à des problèmes illustrant des situations issues de la gestion financière dans le cadre du commerce international,*  *en utilisant d’une manière adéquate les moyens techniques disponibles (calculatrice, outil informatique ...),*  **2. Gestion et techniques financières appliquées au commerce international**  *face à des situations concrètes de la vie professionnelle relatives au financement à l’exportation, aux investissements directs étrangers et à la couverture du risque de change :*  **UE TECHNIQUES ADMINISTRATIVES ET FISCALES DU COMMERCE INTERNATIONAL ET DES TRANSPORTS**  *face à des situations concrètes de la vie professionnelle mettant en œuvre des opérations internationales :*   * de circonscrire les rôles et les missions de la douane ; * d’appliquer la base légale et réglementaire régissant les aspects douaniers et fiscaux y relatifs ; * de rédiger et d'analyser les principaux documents y relatifs ; * d’en abstraire l'enchaînement logique et d’en déterminer le suivi.   **UE FAITS ET INSTITUTIONS ÉCONOMIQUES**  Pour atteindre le seuil de réussite, l’étudiant devra prouver qu’il est capable de mettre en œuvre au moins deux des capacités suivantes, au choix du chargé de cours :   * présenter et analyser de manière critique les principaux mécanismes économiques permettant d'expliquer, au choix : * la détermination des équilibres de marché (micro et macro-économiques), * les agrégats macro-économiques, * l'interaction entre les variables monétaires et réelles ; * analyser les phénomènes liés à la croissance économique : revenus, emploi, cycles, inflation, chômage ... ; * établir, à la lumière de faits contemporains, les relations entre les fondements théoriques développés par différents courants de la pensée économique et les principales politiques économiques mises en œuvre par les pouvoirs publics ; * appliquer les concepts théoriques de la macro-économie pour : * cerner l'évolution récente des relations économiques internationales ; * apprécier les conséquences de la mondialisation de l'économie, de la libéralisation des échanges, du développement d'unions économiques ou monétaires.   **UE NOTIONS DE GÉOGRAPHIE ÉCONOMIQUE ET HUMAINE**  *dans le cadre d’au moins une situation mettant en jeu les opérations internationales des entreprises,*  *en référence à au moins une région du monde au choix du chargé de cours,*  *des documents ad hoc étant mis à sa disposition (cartes, statistiques, …) et/ou les ressources numériques étant mises à sa disposition,*   * de situer le ou les pôles d’interaction dans le cadre des principaux flux de commerce international ; * d’analyser brièvement la situation économique ; * d’intégrer les différents paramètres humains et culturels influençant l’échange et de justifier les choix ; * d’en évaluer les conséquences.   **UE RELATIONS INTERNATIONALES : QUESTIONS GÉOPOLITIQUES ET ÉCONOMIQUES CONTEMPORAINES**  *sur un thème avalisé par le chargé de cours, mettant en jeu une problématique politico-économique internationale simple,*   * d’élaborer un dossier d’étude comprenant : * l’identification et l’évolution récente du phénomène, * l’exposé succinct des référents théoriques nécessaires à l’analyse, * l’analyse objective du phénomène, * l’appréciation des conséquences, notamment en termes de déséquilibres économiques et d’insécurité politique, * une description commentée des risques en matière de commerce international et des mesures préventives à prendre par les opérateurs ; * de présenter oralement ce rapport. |
| * **S’organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et 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. | **UE ORGANISATION DES ENTREPRISES ET ÉLÉMENTS DE MANAGEMENT**  *face à des situations issues de la vie professionnelle courante relevant de l’organisation et de la gestion des entreprises,*   * d’analyser les structures, le mode d’organisation et les aspects de la gestion en se référant aux principes fondamentaux de management ; * de présenter un rapport circonstancié mettant en évidence : * le type d’entreprise, * les structures de pouvoir et de décision, * les méthodes de gestion.   **UE SUIVI ET DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT**  *à partir d’une situation issue de la vie professionnelle, décrite précisément (entreprise, produit, client, marché), en disposant de la documentation ad hoc,*   * de réaliser un dossier d’analyse client : commentaires des états financiers, solvabilité, risques financiers et marketing ; * d’élaborer un plan argumenté de fidélisation, en utilisant l’outil CRM (cible, actions à mener, coût et rentabilité attendue).   **UE TECHNIQUES ADMINISTRATIVES ET FISCALES DU COMMERCE INTERNATIONAL ET DES TRANSPORTS**  *face à des situations concrètes de la vie professionnelle mettant en œuvre des opérations internationales :*   * de circonscrire les rôles et les missions de la douane ; * d’appliquer la base légale et réglementaire régissant les aspects douaniers et fiscaux y relatifs ; * de rédiger et d'analyser les principaux documents y relatifs ; * d’en abstraire l'enchaînement logique et d’en déterminer le suivi.   **UE INTRODUCTION À LA SUPPLY CHAIN ET AUX TRANSPORTS**  *face à des situations concrètes simples de la vie professionnelle relatives aux processus et contraintes liés à la production et à la distribution des produits et services, y compris les différents modes de transport,*   * de décrire le suivi des opérations dans le respect des critères de performance fixés par l’organisation, en justifiant son raisonnement ; * de proposer et de justifier des solutions opérationnelles en vue de fluidifier la Supply Chain ; * de justifier le choix des modes de transport en termes de coûts, de rapidité, de sécurité et d’impact environnemental, et l’utilité de la traçabilité du fret ; * d’expliciter les Incoterms et leurs conséquences pour les parties.   **UE ACHATS, PRIX ET DEVIS À L’INTERNATIONAL**  *face à des situations concrètes de la vie professionnelle mettant en œuvre une stratégie d’exportation et une stratégie d’importation,*   * de déterminer les différentes stratégies de politique de prix face à la concurrence internationale ; * élaborer et justifier par rapport au contexte de concurrence un devis à l’export tenant compte de différents éléments constituant le prix de revient ; * élaborer et justifier un cahier de charges à l’import.   **UE STRATÉGIES À L’INTERNATIONAL**  *face à un scénario concret validé par le chargé de cours, mettant en jeu le développement à l’international d’une entreprise dans le cadre de sa stratégie globale, les consignes étant clairement précisées,*  *en disposant de la documentation ad hoc,*   * d’établir un diagnostic de la structure interne de l’entreprise face aux opportunités et risques à l’internationalisation : * points forts de l’entreprise, * produits/services exportables, * compétences commerciales, techniques, juridiques, logistiques, financières, relationnelles, * empreinte et maturité digitales sur ses marchés, * …. ; * de formuler des recommandations pour adapter les structures de l’entreprise à l’internationalisation ; * de réaliser une étude de marché (Desk Research) : * potentialités du marché-cible, * environnement concurrentiel, * segmentation du marché, habitudes de consommation, pratiques locales, …, * barrières réglementaires, commerciales, …, * … ; * de justifier le choix du marché-cible ; * d’analyser pour le marché-cible les problématiques de distribution et de logistique ; * d’élaborer l’offre commerciale, en adaptant la stratégie marketing au marché-cible (positionnement, habitudes de consommation, langue, prix, communication, …), en justifiant ses choix ; * de formuler des recommandations quant à l’organisation logistique et aux canaux de vente, en justifiant ses choix ; * de proposer un plan succinct de contact.   **UE E-COMMERCE À L’INTERNATIONAL**  *à partir d’un scénario dûment explicité par le chargé de cours, mettant en œuvre le développement d’un site de « e-commerce » à l’international pour un marché-cible et une gamme de produits/un produit donné(s),*  *dans le respect des réglementations en vigueur,*  *en disposant de la documentation ad hoc et de l’outil informatique,*   1. d’établir un business plan « e-commerce » en argumentant ses choix :  * justification du choix du marché-cible (potentialités), * analyse des consommateurs cibles (habitudes, motivations, …), * analyse de la concurrence (site, stratégie marketing, politique de pricing, de frais, de livraison, de communication …) * développement de la stratégie webmarketing (application des 4P) : * promotion : diffusion de la marque, du site, positionnement, * product : produits à lancer, ajustements pour le marché local, * pricing : prise en compte de l’environnement concurrentiel et du pouvoir d’achat, * distribution et logistique : coût d’expédition, livraison, …, * passerelles de paiement ;  1. d’établir un cahier des charges de développement et de gestion d’un site e-commerce : ergonomie du site, langue (adaptation aux pays cibles), accroche visiteurs (home page, transformation des visiteurs en clients), accroche et fidélisation client (catalogue et fiches produits, …), gestion du panier, processus d’achat, suivi de commande, ... |

**B.2. COMPÉTENCES D’INTÉGRATION SOCIOPROFESSIONNELLE**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **UE STAGE ORIENTÉ D’INSERTION SOCIO-PROFESSIONNELLE**  *en référence au profil professionnel de la section dans laquelle il est inscrit,*  *face à des situations spécifiques liées à la profession,*  *en respectant les usages de la langue française et du vocabulaire professionnel,*  *conformément aux consignes données,*   * de corroborer son projet de formation au vu des différentes situations professionnelles en élaborant un rapport synthétique et succinct comportant :   + une description des contextes institutionnel et relationnel (entreprise ou organisme) et des différentes tâches rencontrées,   + une description des différents environnements dans lesquels s'exerce la profession tout en se situant face à son orientation professionnelle et son projet personnel.   **UE BACHELIER EN IB : STAGE D’INTÉGRATION PROFESSIONNELLE**  *dans l’organisation où le stage a été́ effectué,*   1. de réaliser la collecte de données pertinentes à la prise en compte de concepts liés au domaine du Bachelier en International Business ; 2. d’analyser les données collectées et de proposer un traitement de celles-ci ; 3. de respecter la déontologie et la culture de l’organisation où le stage a été réalisé en adoptant des attitudes professionnelles ; 4. de s’adapter aux outils informatiques exploités au sein de cette organisation ;   de rédiger un rapport conformément aux consignes établies reprenant les données collectées au sein de cette organisation, son analyse critique ainsi que son auto-évaluation face aux tâches exécutées au sein de celle-ci.  **UE BACHELIER EN IB : ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES DE FORMATION**  *dans l’organisation où le stage a été effectué,*  d’analyser de manière autonome une démarche liée à une problématique relevant du domaine au sein de l’organisation où son stage a été effectué ;  de mettre en évidence les concepts relevant du domaine du Bachelier en International Business en lien avec la problématique au sein de l’organisation ;   * de préciser les tâches qui devraient être déléguées à d’autres services ou à d’autres organisations en fonction de la structure de celle-ci en lien avec la problématique ; * d’évaluer ses propositions en lien avec la problématique étudiée ; * de respecter la déontologie et la culture de l’organisation où le stage a été réalisé en adoptant des attitudes professionnelles ; * d’assurer une communication professionnelle entre les différents acteurs au sein de l’organisation en utilisant les supports adéquats exploités au sein de celle-ci ; |