**MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE**

**ADMINISTRATION GENERALE DE L’ENSEIGNEMENT**

**ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE**

**DOSSIER PEDAGOGIQUE**

**UNITE D’ENSEIGNEMENT**

**ACHATS, PRIX ET DEVIS A L’INTERNATIONAL**

**ENSEIGNEMENT supérieur DE TYPE COURT**

Domaine : : Sciences économiques et de gestion

|  |
| --- |
| **CODE : 719103U32D2** |
| **CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704** |
| **DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX** |

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

**sur avis conforme du Conseil général**

|  |
| --- |
| ACHATS, PRIX ET DEVIS A L’INTERNATIONAL **enseignement superieur** **de type court** |

1. **FINALITES DE L’UNITE D’ENSEIGNEMENT**
   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 unité d’enseignement doit :

* 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.

**1.2. Finalités particulières**

# L’unité de formation vise à permettre à l’étudiant :

* d’acquérir des concepts de base en matière de politique internationale des prix ;
* d’acquérir les techniques de base à l’importation ;
* d’appliquer les concepts et méthodes à l’élaboration d’un cahier des charges à l’importation et d’un devis à l’exportation.

1. **CAPACITES PREALABLES REQUISES**
   1. **Capacités**

*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.
  1. **Titre pouvant en tenir lieu**

Attestation de réussite de l’unité d’enseignement « Principes de base du marketing »,

code 714104U32D1, classée au niveau de l’enseignement supérieur de type court.

1. **ACQUIS D’APPRENTISSAGE**

**Pour atteindre le seuil de réussite,** l’étudiant sera capable**,**

*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.

**Pour la détermination du degré de maîtrise,** il sera tenu compte des critères suivants :

* niveau de précision : la clarté, la concision, la rigueur au niveau de la terminologie, des concepts et des techniques/principes/modèles,
* niveau de cohérence : la capacité à établir avec pertinence une majorité de liens logiques pour former un ensemble organisé,
* niveau d’intégration : la capacité à s’approprier des notions, concepts, techniques et démarches en les intégrant dans son analyse, son argumentation, sa pratique ou la recherche de solutions,
* niveau d’autonomie : la capacité de faire preuve d’initiatives démontrant une réflexion personnelle basée sur une exploitation des ressources et des idées en interdépendance avec son environnement.

1. **PROGRAMME**

L’étudiant sera capable :

*face à des situations concrètes de la vie professionnelle mettant en œuvre des stratégies d’exportation et d’importation,*

* 1. **Techniques à l’importation**
* d’identifier les besoins de l’organisme en termes d’achats à l’international ;
* d’élaborer et de justifier un cahier des charges à l’import (volets technique, logistique et financier), en évaluant les risques liés à l’opération ;
* de prospecter les fournisseurs et rechercher les produits et services correspondants ;
* d’évaluer les capacités et les prestations des fournisseurs ;
* de sélectionner les offres ;
* de négocier les conditions avec les fournisseurs (transport, délais, paiement…) ;
* de mettre en place une veille du marché.
  1. **Prix et devis à l’exportation**
* d’identifier, de déterminer et de calculer les différents types de coûts possibles ( fixe, variable, direct, indirect, …) et de les hiérarchiser ;
* de calculer un prix de revient en tenant compte des clés de répartition des coûts usuels ;
* d’élaborer et de justifier un devis à l’export (volets technique, logistique et financier), en évaluant les risques liés à l’opération ;
* de définir les méthodes de fixation de prix et d’élaborer une politique de prix à l’international.

1. **CHARGE(S) DE COURS**

Le chargé de cours sera un enseignant ou un expert.

L’expert devra justifier de compétences particulières issues d’une expérience professionnelle actualisée en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

1. **CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT**

Aucune recommandation particulière.

1. **HORAIRE MINIMUM DE L’UNITE D’ENSEIGNEMENT**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **3.1. Dénomination du cours** | Classement | Code U | Nombre de périodes |
| Techniques à l’importation | CT | B | 32 |
| Prix et devis à l’exportation | CT | B | 32 |
| **3.2. Part d’autonomie** | | P | 16 |
| Total des périodes | |  | 80 |