

Master Arts, Lettres, Langues, Mention Cultures et sociétés étrangères, Spécialité Langues Étrangères Appliquées : Négociateur Trilingue en Commerce International

RNCP10559 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	312p, 312n, 136g
Code(s) ROME	D1402, D1406, M1102, M1707, M1302
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Ministère chargé de l'enseignement supérieur

Université de Poitiers

<http://www.univ-poitiers.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le diplômé du Master LEA Négociateur Trilingue en Commerce International (LEA NTCl) peut prétendre à des emplois diversifiés dans lesquels seront mises en œuvre les activités suivantes :

- Etude ou Sélection des marchés et acteurs potentiels en tenant compte des spécificités commerciales et culturelles propres à chaque pays ;
- Gestion des problèmes financiers, monétaires, juridiques et commerciaux inhérents au commerce international et à la spécificité culturelle du pays concerné ;
- Réponse à des appels d'offres internationaux à partir de devis établis par les services techniques de son entreprise ;
- Négociation des contrats internationaux à risques ou à enjeux stratégiques importants, mise en œuvre de la politique d'achats ;
- Conduite des négociations commerciales internationales importantes ;
- Négociation, conseil et suivi des clients étrangers grands comptes ;
- Prospection internationale, sélection et suivi des clients et des distributeurs ;
- Mise en œuvre de la politique marketing (marketing) ;
- Mise en place et Maîtrise des réseaux commerciaux internationaux ;
- Maîtrise des pratiques commerciales et culturelles propres aux pays concernés ;
- Prospection de clientèle de professionnels étrangers.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences ou capacités attestées (I = initiation, U = utilisation, M = maîtrise)

Compétences transversales

3 niveaux proposés : I (Initiation) = réalisation de l'activité avec de l'aide ; U (Utilisation) = réalisation de l'activité en autonomie ; M (Maîtrise) = capacité à transmettre, voire à former à l'activité et la faire évoluer.

Compétences organisationnelles :

- Travailler en autonomie (M) : établir des priorités, gérer son temps, s'auto-évaluer, élaborer un projet personnel de formation.
- Utiliser les technologies de l'information et de la communication (M).

Effectuer une recherche d'information (U) : préciser l'objet de la recherche, identifier les modes d'accès

- analyser la pertinence, expliquer et transmettre.
- Mettre en œuvre un projet (U) : définir les objectifs et le contexte, réaliser et évaluer l'action.
- Réaliser une étude (M) : poser une problématique ; construire et développer une argumentation ; interpréter les résultats ; élaborer une synthèse ; proposer des prolongements.

Compétences relationnelles :

- Communiquer (M) : rédiger clairement, préparer des supports de communication adaptés, prendre la parole en public et commenter des supports, communiquer en langues étrangères (compréhension et expression écrites et orales : niveau C2).
- Travailler en équipe (U) : s'intégrer, se positionner, collaborer
- S'intégrer dans un milieu professionnel (M) : identifier ses compétences et les communiquer, situer une entreprise ou une organisation dans son contexte socio-économique, identifier les personnes ressources et les diverses fonctions d'une organisation, se situer dans un environnement hiérarchique et fonctionnel, respecter les procédures, la législation et les normes de sécurité

Compétences scientifiques générales

- Connaître et respecter les réglementations (M)
- Faire preuve de capacité d'abstraction (M)
- Analyser une situation complexe (M)
- Adopter une approche pluridisciplinaire (M)
- Utiliser des logiciels d'acquisition et d'analyse de données (U)
- Utiliser des outils mathématiques et statistiques (U)
- Utiliser au moins deux langues étrangères dans les transactions ou relations internationales (M)

Compétences disciplinaires spécifiques

- Collecter et Analyser les informations internes et externes se rapportant au marché du produit et à son environnement économique et culturel puis Proposer les plans d'action commerciale pour le produit : cibles à atteindre, prix de vente, circuit de distribution, campagne de communication, argumentaire, actions promotionnelles. (M)
- Rassembler, mettre en forme (tableaux de bord, graphiques...) des informations sectoriels, Rédiger des notes de synthèse dans les langues étrangères. (M)
- Gérer matériellement les contacts de son responsable hiérarchique (prise de rendez-vous, organisation de réunions, déplacements...) (U)
- Comprendre, analyser, restaurer et restituer avec fidélité et style un texte ou un discours technique d'une langue à une autre et Rechercher la documentation nécessaire à la compréhension du sujet, texte ou discours traduit. (M)
- connaître les particularités techniques des domaines juridique, fiscal, commercial, politique et économique. (U)
- Accueillir, renseigner et conseiller une clientèle diverse, Vendre des services (titres de transport, voyages, séjours, circuits, locations...), permettre les réservations et Rédiger les titres de transport, contrats...(U)
- Concevoir les contenus des messages de communication, avec un langage et un style adaptés, Assurer les contacts avec les interlocuteurs de l'entreprise (internes, externes) et les médias (journalistes...) ainsi qu'organiser et gérer les activités matérielles, les dossiers administratifs (fichier de relations...) et budgétaires des actions de communication(U)
- Maîtrise de l'expression écrite et orale en français et en langues étrangères, sens des contacts humains en particulier dans des contextes socioculturels étrangers (voyages d'études, missions, foires, salons et manifestations commerciales à l'étranger etc.) (M)
- Maîtriser les techniques de base du commerce international (U)
- Négociation Vente / Achat en français et en langues étrangères, en tenant compte des particularités socioculturelles étrangères (M).

- Pratique des techniques de négociation et de prise de décision à l'international (U)
- Présentation de comptes rendus et rapports oraux (en français et en langues étrangères), mise au point d'argumentation (M).
- Analyse et évaluation des potentialités de l'entreprise et des marchés (U)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous types de métiers du commerce, de la logistique, de l'export / import

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Acheteur international/Acheteuse internationale,
 Directeur commercial/Directrice commerciale et du marketing
 Responsable des ventes
 Cadre export/import

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 883 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats · tension 5/5 (Très élevée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	31 711
Jugés difficiles à recruter	36 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés R2X80 — Attachés commerciaux R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Candidature individuelle

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE

Membres de l'équipe pédagogique de la mention ayant contribué aux enseignements

COMPOSITION DU JURY — CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Enseignants-chercheurs et professionnels

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<http://www.univ-poitiers.fr>

<http://li.univ-poitiers.fr>

Sites des laboratoires de recherche auxquels est adossé ce master :

- MIMMOC (EA 3812) – Mémoires, identités, marginalités dans le monde occidental contemporain (MSHS, Université de Poitiers), laboratoire d'adossement principal (thématique et en EC)
- CRLA-ARCHIVOS (UMR 6132) – Centre de recherches latino-américaines (les civilisationnistes)
- CESCO (UMR 6589) – Centre d'études supérieures de civilisation médiévale
- FORELL (EA 3816) - Formes et représentations en Linguistique et en Littérature
- CEREGE (EA 1722) - Centre de Recherche en Gestion.

Les étudiants de master participent aux activités du laboratoire correspondant à leur spécialisation, notamment aux réunions scientifiques (séminaires, colloques, congrès) organisées par l'équipe concernée.

Université de Poitiers

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/10559/>