

Licence professionnelle Commerce spécialité Marketing achat et vente à l'international

RNCP19609 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	Licence Professionnelle — Licence professionnelle
Code(s) NSF	312
Code(s) ROME	N1202, D1402
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Ministère de l'Enseignement Supérieur

Université de Lorraine

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

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Exercer des responsabilités dans la gestion des achats à l'international (prospection, négociation, suivi des contrats...), la gestion commerciale de la sous-traitance (cahiers de charge, prospection, suivi des partenariats...), la gestion commerciale du développement international (définition de stratégie de développement, recherche de débouchés, gestion de la force de vente internationale...), la gestion administrative de l'import et de l'export (suivi des commandes et des livraisons, gestion des transporteurs et des intermédiaires...)...

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Connaître l'environnement technique et commercial de l'entreprise.
- Être capable d'appréhender les concepts centraux liés au commerce et à la gestion. Développer les capacités d'analyse et de synthèse.
- Mise en perspective des problématiques liées au cadre juridique local et international que rencontrent les entreprises.
- Traiter un sujet commercial avec un interlocuteur en langue anglaise, espagnole, allemande ou italienne en utilisant les moyens de communication adaptés à la situation.
- Rédiger des documents administratifs, commerciaux, de transport et financiers en anglais, espagnol, allemand ou italien.
- Présenter, assurer la promotion à l'écrit et à l'oral d'une organisation, d'un produit en anglais, espagnol, allemand ou italien.
- Analyser les marchés internationaux et organiser une veille stratégique et commerciale. Participer à une démarche marketing dans un contexte international (mix marketing, gestion de produits)
- Positionner l'action marketing dans l'entreprise B to B. Acquérir les méthodes et outils marketing spécifiques au B to B. Gérer la relation client en B to B.
- Analyser et réagir aux contraintes, menaces et opportunités qui se présentent à une entreprise dans son développement à l'international, comprendre les orientations des entreprises.
- Savoir lire un bilan. Analyser la situation et la rentabilité d'une entreprise. Construire des indicateurs de performance. Construire des budgets.
- Gérer les différences interculturelles et les coutumes et pratiques commerciales spécifiques. Mettre en place et

améliorer le service au client à l'international

- Appréhender le marketing achats et l'achat amont. Identifier le portefeuille achats, les types d'achats et leurs segmentations. Réaliser une étude de marché et un sourcing dans un contexte interculturel.
- Choisir les stratégies de base à court terme en tenant compte des contraintes de l'entreprise.
- Comprendre la stratégie achat de l'entreprise et contribuer à l'élaboration et à la mise en œuvre de sa politique d'achats. Analyser les besoins d'achats et d'approvisionnement de l'entreprise. Identifier et définir les risques liés aux achats. Analyser et optimiser les coûts. Mettre en place une procédure achat. Rédiger un cahier des charges. Gérer les achats de sous-traitances. Mesurer la performance des fournisseurs
- Maîtriser les principes de paiement et de recouvrements à l'international. Maîtriser le montage des dossiers de financements, le CREDOC, les incoterms, les normes d'assurance. Maîtriser les techniques de dédouanements.
- Utiliser Internet comme support du sourcing à l'international. Utiliser Internet comme vecteur de rationalisation des achats. Comprendre les places de marchés électroniques.
- Assurer le suivi et l'activité du service achat ou du service import-export de l'entreprise en accord avec les contraintes de la chaîne logistique étendue (supply chain). Planifier les besoins en achats afin d'augmenter la performance de la production (flux tendus vs flux poussés) et le niveau de service aux clients. Assurer la gestion et le suivi du processus de commandes. Identifier et analyser les risques de dysfonctionnement dans les flux de commande. Gérer les expéditions et préparer les éléments de facturation. Optimiser et réduire les coûts d'approvisionnement et de stockage. Optimiser le réseau logistique et choisir les bons modes de transport. Rechercher les solutions alternatives les plus adaptées pour faire face à un dysfonctionnement dans la chaîne logistique. Utiliser Internet pour développer les ventes à l'international. Maîtriser la complémentarité des canaux de distribution physiques et numériques et en développer leur synergie.
- Prévoir, suivre et développer les ventes à l'international. Utiliser les réseaux sociaux pour préparer la prospection à l'international. Construire son business plan à l'international.
- Négocier en veillant à la maîtrise des risques financiers, de prix, de paiements, aux risques juridiques et fiscaux, aux risques techniques et à la qualité. Négocier les ajustements nécessaires avec le client, les services internes et externes. Négocier dans un contexte multiculturel.
- Organiser des séries de conférences et des visites d'entreprises. Conduire et réaliser un projet de développement international pour une entreprise. Prendre des responsabilités. Communiquer et travailler en équipe et en autonomie. Développer le sens critique.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Entreprises dont l'activité est liée à l'import-export : PME-PMI, banques, assurances, sociétés de transport international,...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Gestionnaire des achats à l'international

Gestionnaire commerciale de la sous-traitance

Gestionnaire commercial du développement international

Gestionnaire administratif de l'import et de l'export

RÈGLEMENTATIONS 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 1 à 4 sur 5.

Facteurs principaux

Manque de main-d'œuvre disponible

Salaire médian (mensuel)	2 917 €
Familles professionnelles (FAP)	J4X62 — Employés administratifs et commerciaux des transports · tension 1/5 (Très faible) J5X40 — Agents d'exploitation du transport · tension 3/5 (Modérée) J5X80 — Techniciens d'exploitation et d'administration des transports · tension 4/5 (Élevée) J6X90 — Cadres des transports et du tourisme · tension 3/5 (Modérée) R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	34 175
Jugés difficiles à recruter	36 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	J4X62 — Employés administratifs et commerciaux des transports J5X40 — Agents d'exploitation du transport J5X80 — Techniciens d'exploitation et d'administration des transports J6X90 — Cadres des transports et du tourisme R2X80 — Attachés commerciaux R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Enseignants et professionnels ayant contribué aux enseignements (loi n° 84-52 du 26/01/1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)

COMPOSITION DU JURY — VAE

Jury d'enseignants et de professionnels, selon composition votée par le Conseil d'administration de l'Université de Lorraine

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Site de l'Université de Lorraine : www.univ-lorraine.fr

Etudier à l'UL Offre de formation

Université de Lorraine

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/19609/>