

Ministère de la Communauté française

Administration générale de
l'Enseignement et de la Recherche
scientifique.

Direction générale de l'Enseignement
non obligatoire et de la Recherche
scientifique.

Service de l'enseignement
de promotion sociale.

1010 Bruxelles , le 19 Jan 2004
Boulevard Pachéco, 19, Bte 0
02 / 210.58.52

1

Monsieur Jacques LEFERE
Administrateur délégué
CPEONS

rue des Minimes 87-89
1000 BRUXELLES

Ref.: CC / Document de référence interréseaux

Objet : Document de référence interréseaux(convention) - Régime 1

Unité de formation : AGENT EN COMMERCE EXTERIEUR - MODULE COMMERCIAL
(CONVENTION : C.P.N.A.E.)
Classement : ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE PROMOTION SOCIALE DE TYPE COURT
Code Référence : 719104U32V2
Domaine : 704 Economie:commerce extérieur,marketing

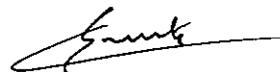
Monsieur l'Administrateur délégué,

J'ai l'honneur de vous faire parvenir le document de référence relatif à l'unité de formation
mentionnée sous rubrique.

Veillez agréer, Monsieur l'Administrateur délégué, l'assurance de ma considération distinguée.

f.o. Le Directeur général adjoint,

Julien Laermans



Nicole SCHETS
Directrice

MINISTÈRE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE
ADMINISTRATION GÉNÉRALE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE RÉGIME 1

DOSSIER PÉDAGOGIQUE

UNITÉ DE FORMATION

AGENT EN COMMERCE EXTERIEUR - MODULE COMMERCIAL
(Convention : C.P.N.A.E.)

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT

CODE : 71.91.04.U.32.V.2
CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704
DOCUMENT DE RÉFÉRENCE INTER-RÉSEAUX

APProuvé le 24/06/03

AGENT EN COMMERCE EXTERIEUR - MODULE COMMERCIAL
(Convention : C.P.N.A.E.)

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT

1. FINALITÉS DE L'UNITÉ DE FORMATION

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 unité de formation 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 les compétences nécessaires pour mener un entretien de vente
- ◆ de distinguer les différents indicateurs économiques
- ◆ d'analyser les grandes mutations économiques
- ◆ de s'appropriier les notions de base en marketing
- ◆ de caractériser les spécificités des PME par rapport aux grandes entreprises
- ◆ de mettre en avant les motivations à l'exportation des PME
- ◆ de prendre connaissance des structures et procédures à prendre en compte pour aborder et gérer un marché extérieur y compris via les technologies actuelles

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. Capacités

- Comprendre un article de nature professionnelle relatif à la problématique de cette formation et en réaliser une synthèse écrite, correctement rédigée selon les règles usuelles;
- Emettre un avis personnel et argumenté à propos de la problématique abordée.

2.1. Titre pouvant en tenir lieu

Diplôme d'enseignement supérieur

3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITÉ DE FORMATION

3.1. Dénomination des cours	Classement	Code U	Nombre de périodes
Techniques de vente	CT	B	32
Macro-économie	CT	B	8
Marketing	CT	B	40
PME et internationalisation	CT	B	8
3.2. Part d'autonomie		▷	0
			88

4. PROGRAMME

En Technique de vente

l'étudiant sera capable :

- ◆ de définir les facteurs de succès d'une organisation commerciale
- ◆ de caractériser les règles de la relation avec un client : fixation de rendez-vous, structure de l'entretien de vente (analyse, argumentation, actions), traitement des objections
- ◆ de déterminer les différents éléments d'une offre

En Macro-économie,

l'étudiant sera capable :

- ◆ de décoder les indicateurs économiques et prendre conscience des écarts entre Etats
- ◆ de comprendre les grandes mutations économiques
- ◆ de rechercher les informations utiles.

Contenu du cours:

- agrégats
- valeur absolue et valeur relative
- pratique de la comparaison
- niveaux d'économie
- relation entre grandes masses économiques
- macro-économie et finances internationales
- endettement et relations Nord-Sud
- recherche de sources d'informations via Internet.

En Marketing,

l'étudiant sera capable :

- ◆ de se familiariser avec les fondements et les phases du Marketing
- ◆ d'acquérir les notions de marketing stratégiques
- ◆ de caractériser des éléments tels que : segment stratégique, plan stratégique, plan opérationnel
- ◆ d'acquérir une connaissance de base de l'analyse SWOT et de l'analyse multifacteurs
- ◆ de situer le marketing management dans une stratégie d'internationalisation.

Contenu du cours :

- fondements du marketing
- phases du marketing
- marketing stratégique et développement du Core Business
- segment stratégique
- analyse SWOT
- plan stratégique
- modèles de base
- analyse multifacteurs
- plan opérationnel
- raisons et stratégie de l'internationalisation
- marketing management

En PME et internationalisation,

l'étudiant sera capable :

- ◆ de mesurer les difficultés rencontrées par les PME dans un contexte international
- ◆ de définir les spécificités des PME et leurs motivations à l'exportation
- ◆ de comprendre l'importance d'une stratégie planifiée, en particulier en matière d'internationalisation
- ◆ d'utiliser Internet dans la démarche d'exportation et d'en mesurer les dangers.

Contenu du cours :

- définition des PME
- motivations à l'exportation
- internationalisation des PME (difficultés, clés, coopération internationale).

5. CAPACITES TERMINALES.

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant devra prouver qu'il est capable,

face à des situations issues de la vie professionnelle, relatives aux techniques de vente et au marketing, d'analyser la situation, d'en faire un examen critique, de proposer et argumenter les solutions en référence aux acquis théoriques.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte :

- de la capacité d'analyse,
- de la logique de l'argumentation,
- du niveau de sens critique.

5. PROFIL DU CHARGE DE COURS.

Pour toutes les activités d'enseignement, le chargé de cours sera un enseignant ou un expert.

L'expert devra prouver une expérience actualisée et professionnelle dans les diverses activités d'enseignement.

6. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.