



BTS Commerce International

CATALOGUE DE COURS

Le BTS Commerce international a pour objectif de former les cadres intermédiaires des services import/export des entreprises, dont les besoins sont croissants en raison de l'internationalisation des marchés.

En contact avec les intermédiaires du commerce international, le titulaire du BTS CI devra maîtriser tous les aspects de la négociation commerciale, avoir une bonne connaissance des marchés étrangers (culture, fonctionnement, particularités) mais aussi des connaissances économiques, juridiques et managériales. Il maîtrisera également la logistique internationale et le fonctionnement des douanes.

Le programme du BTS Commerce international comprend des enseignements :

- ✓ d'économie, de droit, de management, de culture générale
- ✓ un accent particulier est mis sur la maîtrise d'au moins deux langues vivantes étrangères dont l'anglais
- ✓ et des blocs de compétences professionnelles : RCI , DCI et MOI

De plus les étudiants effectuent des actions de commerce international appliqué en liaison avec des entreprises ainsi que 14 à 16 semaines de stage dont au moins 4 semaines à l'étranger.

- La 1^{ière} année : 10 à 12 semaines de stage en immersion professionnelle dans une entreprise à l'étranger (au moins 4 semaines à l'étranger)
- La 2^{ième} année : 4 à 6 semaines de stage en immersion professionnelle dans une entreprise en France ou à l'étranger.





Unité de formation 1 CULTURE GENERALE ET EXPRESSION -

- Expression personnelle
 - Synthèse
 - Coef.3

U 2 LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE A

- Compréhension orale
- Compréhension écrite
 - Coef.2

LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE B

- Compréhension orale
- Compréhension écrite
 - Coef. 2

U 3 CULTURE ÉCONOMIQUE JURIDIQUE ET MANAGÉRIALE

- Economie - Droit - Management - Coef. 3

U 4 RELATION COMMERCIALE INTERCULTURELLE

Incluant **10 à 12 semaines** de stage dont 4 obligatoirement à l'étranger

- Négociation vente en langue étrangère Coef. 7

U 5 MISE EN OEUVRE DES OPERATIONS D'IMPORT EXPORT

- Mise en œuvre des Opérations d'Import-export Coef. 5

Incluant **4 à 6 semaines** de stage

U 6 DEVELOPPEMENT COMMERCIAL À L'INTERNATIONAL

- Analyse diagnostique des marchés étrangers Coef. 4
 - Prospection et suivi de clientèle





Unité de FORMATION 1 (UF 1)

CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION coef. 3

Cette matière doit permettre à l'étudiant de pouvoir exploiter et analyser plusieurs formes d'œuvre (textes, film, musiques, dessin...) et de développer un esprit critique sur un thème donné.

Ce thème change à chaque semestre. L'examen final portera sur l'un de ces 2 thèmes

Exemple de thèmes étudiés pour la session 2023

Thème n°1 – *Dans ma maison* / Thème n°2 – *Invitation au voyage*

Compétences mises en œuvre ou à développer :

- Activités langagières permettant la relativisation, la formulation de jugement et d'appréciation personnelle ;
- Travail lexical et syntaxique de l'expression de l'abstraction :
- Explicitation de nuances entre texte ou document
- Reformulation en production écrite pour aboutir à un bilan critique
- Choix conscients des formes d'énonciation
- Mobilisation des connaissances et ressources
- Analyses de documents par rapport à des thèmes imposés
- Structuration de la pensée personnelle





Unité de **FORMATION 2 (UF 2)**

LANGUES VIVANTES ÉTRANGÈRES

- **LV1 : Anglais obligatoire** attendu niveau B2
- **LV2 :** attendu niveau B1 en “compréhension de documents écrits”
et “production et interactions orales”.

Allemand, espagnol, et portugais sont enseignées au lycée Jean ZAY

- **LV3 (OPTION) :** attendu niveau B1 en “production et interactions orales”.

Les possibilités d'options sont variables selon la langue et l'établissement....

(italien, arabe, chinois, russe...)

Compétences attendues

À l'oral :

- Prendre la parole à partir de notes, de fiches, d'organigrammes, de diaporamas
 - ✓ Présenter une entreprise, son organisation, les prestations offertes, une activité spécifique, un produit, un règlement intérieur, etc.)
 - ✓ Rendre compte d'un stage ou d'un travail réalisé à l'étranger
- Reformuler un document lu ou une prestation orale entendue
- Expliquer une décision prise par un chef d'entreprise ou un cadre
- Justifier un point de vue, un choix
- Expliquer la réaction d'un client, d'un cadre, etc.
- Informer et répondre à un client ou à un fournisseur au téléphone ou en face à face
- Donner les raisons d'un problème (retard de livraison, avaries, etc.)
- Activité langagière évaluée en fin de parcours : production orale (prise de parole en continu et production orale en interaction)





À l'écrit :

- Rédiger différents courriers commerciaux :
- Une lettre, un courrier électronique pour faire ou répondre à une réclamation, lancer ou répondre à une invitation, excuser un retard, etc.
- Un devis, un bon de commande
- Une facture
- Une note de service pour reformuler un courrier de réclamation
- Activité langagière évaluée en fin de parcours : production écrite

📌 *Remarque l'évaluation de l'anglais se fera en partie avec le bloc 1 RCI*





Unité de Formation 3 CEJM coef.3

Culture Economique, Juridique et Managériale

Cet enseignement traite des notions de droit, d'économie et de management qui interfèrent dans le commerce international et permet d'analyser des situations auxquelles l'entreprise est confrontée et de faire des propositions cohérentes et argumentées.

Compétences à développer :

- ☞ Analyser des situations auxquelles l'entreprise est confrontée
- ☞ Exploiter une base documentaire économique, juridique ou managériale
- ☞ Proposer des solutions argumentées et mobilisant des notions et les méthodologies économiques, juridiques ou managériales
- ☞ Établir un diagnostic préparant une prise de décision
- ☞ Exposer des analyses et des propositions de manière cohérente et argumentée

Chapitres CEJM :

- Thème 1 : L'intégration de l'entreprise dans son environnement

- ✓ Eco Comment s'établissent les relations entre l'entreprise et son environnement économique ?
- ✓ Droit Comment les contrats sécurisent-ils les relations entre l'entreprise et ses partenaires ?
- ✓ Mana De quelle manière l'entreprise s'inscrit-elle dans son environnement ?

- Thème 2 : La régulation de l'activité économique

- ✓ Eco Quel est le rôle de l'Etat dans la régulation économique ? (à CT et à LT)
- ✓ Droit Comment les activités économiques sont-elles régulées par le droit ?
- ✓ Mana Comment l'entreprise intègre-t-elle la connaissance de l'environnement dans sa prise de décision ?





- Thème 3 : L'organisation de l'activité de l'entreprise

- ✓ Eco Comment les facteurs économiques déterminent-ils les choix de production ?
- ✓ Droit Comment choisir une structure juridique pour l'entreprise ?
- ✓ Mana Comment l'entreprise organise-t-elle ses ressources ?

- Thème 4 : L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise

- ✓ Eco Comment le numérique transforme-t-il l'environnement de l'entreprise ?
- ✓ Droit Comment le droit répond-il aux enjeux du développement du numérique ?
- ✓ Mana Quelle est l'incidence du numérique sur le management ?

- Thème 5 : Les mutations du travail

- ✓ Eco Quelles sont les principales évolutions du marché ?
- ✓ Droit Comment le droit prend-il en considération les besoins des entreprises et des salariés ?
- ✓ Mana Quel est l'impact des mutations du travail sur l'emploi et les conditions de travail ?

- Thème 6 : Les choix stratégiques de l'entreprise

- ✓ Mana Comment le diagnostic éclaire-t-il les choix stratégiques de l'entreprise ?
- ✓ Mana Quels sont les choix stratégiques opérés par l'entreprise ?





U4 RELATION COMMERCIALE INTERCULTUELLE

R. C. I. = Bloc 1 de compétences coef. 7

L'assistant import/export assure la gestion et le suivi de la relation commerciale dans un contexte interculturel.

Cet enseignement permet d'apprendre à assurer la relation client/fournisseur en interface avec les services internes de l'entreprise, de communiquer, négocier et traduire les exigences des clients et des fournisseurs en solutions adaptées au contexte culturel.

Il faudra également enrichir le système d'informations commerciales (SIC) issues de son activité et communiquer ces informations dans le cadre des processus existants.

L'étudiant apprend aussi à assurer le suivi des relations avec les prestataires de services impliqués dans les relations import/export en France et à l'étranger en mobilisant en permanence les outils numériques.

Toute son activité s'exerce en français et en anglais.

Voilà pourquoi cette matière est importante et comporte des heures de cours et de TD complètement en anglais. (1 professeur(e) d'anglais et 1 professeur(e) de CI présents en coanimation)

➤ Compétences à développer

- ☞ Exploiter les données clients/fournisseurs
- ☞ Gérer la relation commerciale internationale
- ☞ Communiquer en français et en anglais dans des contextes interculturels
- ☞ Assurer la coordination des services
- ☞ Animer un réseau professionnel





➤ **Thèmes des Chapitres**

- ❖ Communication interpersonnelle
- ❖ Communication interculturelle
- ❖ Communication multimédia
- ❖ Collaboration numérique
- ❖ Système d'Information Commerciale (SIC)
- ❖ Outils de gestion et indicateurs de performance
- ❖ Réseaux professionnels

Chapitre 1 La collecte des données clients/fournisseurs

- ✓ Le système d'information commerciale [SIC]
- ✓ Sécurité et intégrité du SIC

Chapitre 2 L'exploitation des bases de données

- ✓ Exploitation d'une base de données,
- ✓ Aide à la prise de décision,
- ✓ Utilisation d'un progiciel de la gestion de la relation client

Chapitre 3 La communication interpersonnelle dans les relations commerciales

- ✓ Composantes et caractéristiques de la communication interpersonnelle,
- ✓ Développement des compétences en communication interpersonnelle,
- ✓ Gestion des conflits et du stress.

Chapitre 4 La coordination des services internes clans une entreprise

multiculturelle

- ✓ Coordination du travail collaboratif dans le cadre d'un projet,
- ✓ Animation d'une équipe,
- ✓ Compétences à développer pour un management interculturel

Chapitre 5 La communication interne au service du travail collaboratif

- ✓ Rédaction d'un courriel,
- ✓ Communication écrite interne professionnelle
- ✓ Charte graphique et l'identité visuelle,
- ✓ Diaporama





Chapitre 6 La communication externe avec des partenaires étrangers

- ✓ Éléments socioculturels à prendre en compte avec des partenaires étrangers,
- ✓ Communication externe orale avec des partenaires étrangers

Chapitre 7 La communication multimédia vis-à-vis de l'extérieur

- ✓ Identité numérique de l'entreprise,
- ✓ Communication multimédia de l'entreprise,
- ✓ Conception d'une newsletter

Chapitre 8 Mener un entretien commercial

- ✓ Communication orale,
- ✓ Découverte du client,
- ✓ Argumentation,
- ✓ Traitement des objections,
- ✓ Préparation et déroulement d'une négociation)

Chapitre 9 Animer un réseau professionnel

- ✓ Techniques d'animation d'un réseau professionnel,
- ✓ Développement de ce réseau sur les réseaux sociaux : « Twitter », LinkedIn...

Chapitre 10 Assurer le suivi de la relation commerciale

- ✓ Contrôle et suivi des demandes d'offres et commandes,
- ✓ Suivi des livraisons et des règlements
- ✓ Documents commerciaux

Chapitre 11 Gérer les réclamations, litiges et sinistres

- ✓ Traitement des réclamations et litiges,
- ✓ Gestion d'un sinistre,
- ✓ Les coûts de la non-qualité

Chapitre 12 Evaluer la performance commerciale et financière

- ✓ Le compte de résultat,
- ✓ Le bilan, rôle
- ✓ Élaboration de tableaux de bord





➤ PARCOURS PIX

10 compétences du CRCN sur 16 sont en lien direct avec le bloc 1 de compétences du BTS CI et peuvent donc être développées au cours de la formation pour préparer la certification PIX.

-  Gérer des données
-  Traiter des données
-  Interagir
-  Partager et publier
-  Collaborer
-  S'insérer dans le monde numérique
-  Développer des documents textuels
-  Développer des documents multimédias
-  Adapter les documents à leur finalité
-  Protéger les données personnelles et la vie privée





U 5 MISE EN ŒUVRE DES OPERATIONS D'IMPORT EXPORT

M. O. I. = Bloc 2 de compétences coef.5

L'étudiant va acquérir les compétences d'un assistant import/export : sous l'autorité de son responsable import/export, il pourra prendre en charge l'exécution des contrats d'achat/vente à l'international, de la demande d'offre ou de l'offre jusqu'au paiement. Il pourra en assurer la gestion administrative et la gestion des risques d'exécution, de paiement, de change, de transport et de douane ainsi que des réclamations et des litiges. Il saura coordonner les actions de l'ensemble des acteurs internes/externes impliqués dans les opérations internationales. Il pourra proposer le cas échéant des pistes d'optimisation de gestion des flux commerciaux.

Il effectuera ces tâches dans le respect des conditions commerciales et réglementaires, des règles d'éthique et de déontologie, des normes et des standards de qualité.

➤ **Compétences mises en œuvre :**

- ☞ Organiser, contrôler et suivre la réalisation d'un contrat international
- ☞ Évaluer les conséquences des choix opérés
- ☞ Mesurer les risques, gérer leur couverture, les sinistres et les litiges
- ☞ Contrôler et suivre les processus et la chaîne documentaire
- ☞ Évaluer les prestations de service et les offres fournisseurs
- ☞ Proposer des pistes d'amélioration de gestion des opé du commerce
- ☞ Concevoir et analyser des tableaux de bord de suivi de la gestion des opérations

➤ **Thèmes abordés et chapitres**

Chapitre1 Les phases précontractuelles : l'offre à l'international

- ✓ La notion d'offre et son contenu
- ✓ La conformité d'un produit aux normes
- ✓ La formalisation de l'offre





Chapitre 2 Les phases précontractuelles : l'achat

- ✓ Les enjeux et missions de la fonction achats
- ✓ La boîte à outils des achats
- ✓ Les aspects juridiques et éthiques de la fonction achats

Chapitre 3 Le contrat international de vente

- ✓ Le cadre juridique du contrat international de vente
- ✓ Le contenu du contrat de vente
- ✓ L'exécution du contrat international de vente

Chapitre 4 Les incoterms

- ✓ Les caractéristiques des incoterms
- ✓ Les opérations logistiques
- ✓ Les critères de choix d'un incoterm
- ✓ Les incoterms 2020
- ✓ L'utilisation des incoterms pour calculer les coûts

Chapitre 5 Les modes de transport

- ✓ Le choix d'une solution transport
- ✓ La préparation de l'expédition
- ✓ Les documents de transport et leurs spécificités

Chapitre 6 Le coût du transport

- ✓ La règle d'équivalence poids/volume
- ✓ La règle du « payant pour » (transport aérien et routier)
- ✓ Les surcharges ou correctifs du fret (transport maritime et aérien)
- ✓ Les règles spécifiques de tarification.

Chapitre 7 Les intermédiaires logistiques

- ✓ Notion de logistique et de supply-chain
- ✓ Les intermédiaires logistiques
- ✓ Les critères de choix des intermédiaires logistiques
- ✓ La gestion de la relation avec les transitaires





Chapitre 8 Les risques logistiques et leur couverture

- ✓ L'identification du risque transport et les conséquences pour l'entreprise
- ✓ L'emballage : prévention contre le risque transport
- ✓ La responsabilité du transporteur
- ✓ L'assurance des marchandises transportées

Chapitre 9 Le dédouanement des marchandises

- ✓ La réglementation douanière nationale et communautaire
- ✓ Les statuts de déclarants en douane
- ✓ Le dédouanement des marchandises
- ✓ La déclaration : le suivi du dédouanement

Chapitre 10 La liquidation douanière

- ✓ L'espèce tarifaire de la marchandise
- ✓ L'origine de la marchandise
- ✓ La valeur à déclarer à l'export ou valeur en douane à l'exportation
- ✓ La valeur à déclarer à l'import ou valeur en douane à l'importation
- ✓ La liquidation douanière

Chapitre 11 Les régimes douaniers

- ✓ La notion de régimes douaniers
- ✓ Les régimes douaniers définitifs, dits de droit commun
- ✓ Les régimes de transit
- ✓ Les régimes douaniers particuliers

Chapitre 12 Les opérations intracommunautaires

- ✓ Le mécanisme de la TVA
- ✓ Le mécanisme de la TVA intracommunautaire
- ✓ Les obligations déclaratives

Chapitre 13 Les risques de non-paiement et les techniques de paiements à l'international

- ✓ Les risques de non-paiement à l'international
- ✓ Les instruments classiques de paiement à l'international
- ✓ Les paiements documentaires
- ✓ Le déroulement du crédit documentaire
- ✓ La lettre de crédit stand-by (stand-by letter of credit)
- ✓ La couverture du risque de non-paiement par une compagnie d'assurances : l'assurance-crédit





Chapitre 14 Le risque de change et sa couverture

- ✓ La source du risque et les différentes couvertures
- ✓ L'assurance change
- ✓ Les couvertures bancaires : la couverture à terme
- ✓ Les couvertures bancaires : l'option de change

Chapitre 15 Le financement des opérations commerciales internationales

- ✓ Les besoins de financements liés aux opérations internationales
- ✓ Les instruments de financement à court terme pour des opérations libellées en euros
- ✓ Les instruments de financement à court terme pour des opérations libellées en devises : la mobilisation de créances nées à l'étranger (MCNE)
- ✓ Les instruments de financement à court terme pour des opérations libellées en devises : l'avance en devises
- ✓ Le financement grâce à la cession des créances : l'affacturage ou factoring





U 6 DEVELOPPEMENT COMMERCIAL À L'INTERNATIONAL

D.C.I. = Bloc 3 de compétences coef. 4

Enseignement comportant une forte dimension numérique, cette matière permet d'analyser le potentiel commercial d'un pays, les forces et faiblesses d'une entreprise, de comprendre comment s'insérer sur un marché à l'étranger et quelles stratégies peuvent être adoptées ou remaniées.

Les différents types d'action de prospection sont étudiés en tenant compte des spécificités culturelles du ou des pays cible(s).

Cette matière permet d'étudier les modes de déploiement à l'international de l'entreprise.

➤ Compétences à développer

- ☞ Réaliser une veille sur l'environnement global de l'entreprise
- ☞ Analyser et synthétiser les informations sur un marché cible
- ☞ Avoir des notions de gestion et de vente
- ☞ Recenser et identifier des modalités de déploiement sur un marché cible commercial
- ☞ Contribuer aux démarches d'adaptation liées au développement international de l'entreprise
- ☞ Participer à la prospection commerciale de l'entreprise.

➤ Thèmes et chapitres :

Chapitre 1 La démarche marketing à l'international

- ✓ La démarche marketing
- ✓ Le marketing stratégique
- ✓ Le marketing opérationnel
- ✓ Le marketing digital
- ✓ Le marketing international





Chapitre 2 La veille et le système d'information marketing [SIM]

- ✓ Les principes et enjeux de l'intelligence économique
- ✓ La veille internationale
- ✓ Le système d'information marketing [SIM]

Chapitre 3 Le macro-environnement du marché cible : l'étude pays

- ✓ La méthodologie de l'étude pays et la matrice de sélection des marchés
- ✓ Les risques du marché cible
- ✓ L'influence des enjeux internationaux

Chapitre 4 Le micro-environnement du marché cible : l'offre

- ✓ Les principales tendances du marché et l'analyse des offreurs en présence
- ✓ L'analyse des produits proposés sur le marché

Chapitre 5 Le micro-environnement du marché cible : la demande

- ✓ La demande
- ✓ L'analyse quantitative de la demande
- ✓ L'évolution et la prévision de la demande
- ✓ L'analyse qualitative de la demande

Chapitre 6 Les circuits et réseaux de distribution

- ✓ Les stratégies et réseaux de distribution
- ✓ Les canaux de distribution
- ✓ Les circuits de distribution

Chapitre 7 Le diagnostic export et l'étude de faisabilité

- ✓ Le processus de développement à l'international
- ✓ Le diagnostic interne
- ✓ Le diagnostic export
- ✓ L'étude de faisabilité

Chapitre 8 L'adaptations de l'offre au marché cible

- ✓ Les composantes du produit
- ✓ La standardisation ou l'adaptation de l'offre produit à l'international

Chapitre 9 La politique de prix

- ✓ Les stratégies de prix i
- ✓ La fixation du prix de vente export : les contraintes internes
- ✓ Le prix, variable soumise à des contraintes externes





Chapitre 10 La politique de communication

- ✓ Utiliser des supports pour la communication internationale
- ✓ Communiquer par les médias et le hors média
- ✓ Utiliser les réseaux sociaux pour la communication internationale
- ✓ Mettre en œuvre une stratégie de communication internationale

Chapitre 11 La politique de déploiement sur le marché cible

- ✓ Les critères du mode de déploiement à l'étranger
- ✓ Les modalités de déploiement

Chapitre 12 Préparer la prospection

- ✓ L'identification et la qualification des prospects
- ✓ Le budget prospection
- ✓ Les aides financières à la prospection

Chapitre 13 Organiser la prospection

- ✓ L'organisation d'une mission commerciale export
- ✓ La prospection digitale
- ✓ La participation à une manifestation commerciale (optimisation du trafic sur un stand)
- ✓ Participer à un salon professionnel à l'étranger (choix, budget, organisation...)

Chapitre 14 financer la prospection

- ✓ Aides publiques à la prospection
- ✓ L'assurance prospection
- ✓ L'état récapitulatif des dépenses éligibles (ERDE)

Chapitre 15 Suivre la prospection

- ✓ L'optimisation de la relation clients
- ✓ Le suivi d'une action de prospection
- ✓ Les indicateurs de performance
- ✓ La rentabilité financière de la prospection
- ✓ Le plan de prospection





➤ PARCOURS PIX

4 compétences du CRCN sont en lien direct avec le bloc 3 de compétences du BTS CI et peuvent donc être développées au cours de la formation pour préparer la certification PIX.

-  Mener une recherche et une veille informationnelle.
-  Gérer des données.
-  Traiter des données.
-  Sécuriser l'environnement numérique.

Encore plus d'OPPORTUNITES avec le BTS CI.....

- **Préparation et valorisation de l'année de césure (OPTION) ✕**

Cette option du BTS Commerce International est incontournable si tu souhaites partir acquérir une expérience professionnelle ou une formation à l'étranger
entre ta première et deuxième année de BTS.

Elle permet donc de mettre en avant ce que tu as appris au niveau professionnel, interculturel...sur place pendant ta césure.

Cela sera également un support évalué pour l'obtention du diplôme. (CCF* oral 20 min)

- **Valorisation de l'engagement étudiant (OPTION)**

Cette option du BTS Commerce International te permettra, si tu le souhaites, de mettre en avant une expérience au sein d'une association ou tout autre engagement au profit des autres, afin de le valoriser pour l'obtention du diplôme. (CCF* oral 20 min)

(*Contrôle en Cours de Formation = CCF sous forme d'oral ou d'écrit)





Evaluations de la formation BTS CI

Modalités et coefficients

Les écrits

Les 5 matières concernées par un examen de forme écrite sont :

Enseignement	Coefficient	Durée
 Culture générale et expression	3	4h
 LV2	2	3h
 CEJM	4	4h
 Relation commerciale interculturelle	3	3h
 Mise en œuvre des opérations internationales	5	4h

Les oraux

Les 6 matières concernées par un examen de forme orale sont :

Enseignement	Coefficient	Durée
 LV2	1	20 min
 Relation commerciale interculturelle	4	45 min
 Développement commercial international	4	30 min
 LV3 (OPTION)	1	20 min
 Valorisation de l'année de césure (OPTION)	1	20 min
 Valorisation de l'engagement étudiant (OPTION)	1	20 min

+ **Certification PIX** obtenue en cours de formation





Un BTS CI à référentiel commun européen

Pour quoi faire ?

Le Technicien supérieur en Commerce international à référentiel commun européen contribue au développement 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) de mettre en œuvre les choix stratégiques et de coordonner les opérations internationales entre les différentes fonctions de l'entreprise et/ou les partenaires extérieurs.

Grâce à son travail d'analyse et de remontée d'informations, il/elle permet à l'entreprise de réagir aux évolutions de son environnement.

Dans le cadre de cette entreprise, le/la titulaire du BTS Commerce international à référentiel commun européen est capable de remplir les missions suivantes :

- **études et veille commerciales internationales,**
- **vente à l'export,**
- **achat à l'import,**
- **coordination des services supports à l'import et à l'export,**
- **gestion des relations dans un contexte pluriculturel.**
- **En maîtrisant plusieurs langues étrangères.**

Il/elle doit mener une veille permanente pour collecter des informations sur les marchés étrangers afin de préparer les décisions commerciales.

Il/elle prospecte à l'achat et à la vente, élabore des offres adaptées, vend et participe au processus de négociation à l'achat.

Il/elle assure le suivi administratif et commercial des ventes et des achats et coordonne les services supports et les prestataires extérieurs.

Il/elle exerce l'ensemble de ces missions dans un contexte pluriculturel.

Grâce aux ECTS délivrés par la formation, l'étudiant(e) peut également poursuivre ses études en écoles de commerces, à l'université, I. A. E., I. U. T.ou débiter une carrière professionnelle ...





Le diplômé de BTS Commerce International, la plupart du temps, dépend directement d'un responsable export ou import. Le diplômé de BTS CI occupe une fonction support auprès :

- des commerciaux export (support à la vente)
- des acheteurs import (support à l'achat).

Le diplômé de BTS Commerce International coordonne ses actions avec les services internes (commercial, marketing, production, logistique, douane, juridique, comptabilité, etc.), et les services externes (prestataires de services logistiques, organismes de certification et de contrôle qualité, CCI, banque, etc.).

Les appellations les plus courantes des emplois exercés par les diplômés de BTS Commerce international - BTS CI sont les suivantes :

Pour les jeunes diplômés de BTS Commerce international - BTS CI :

- assistant export, assistant import-export,
- assistant ADV (Administration Des Ventes) export, assistant import,
- gestionnaire import-export,
- agent de transit/agent d'exploitation (aérien, maritime, import ou export),
- assistant représentant en douane enregistré, assistant référent douane,
- assistant commerce international.

L'évolution de carrière en interne permet d'accéder après quelques années à des postes à responsabilités, avec de l'expérience (et/ou une formation complémentaire), les diplômés de BTS Commerce international - BTS CI exercent les emplois suivants :

- responsable ADV export, responsable import,
- responsable de zone export,
- référent douane,
- chargé de mission « conformité internationale »,
- assistant marketing international,
- assistant supply chain / logistique,
- acheteur international, commercial export.

**Le métier cœur de cible d'un diplômé du
BTS Commerce international est donc le métier
d'assistant/gestionnaire import/export.**



