

# RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

CODE ARES 115

Date dépôt

Date validation 05/06/2018

## BACHELIER EN COMMERCE EXTERIEUR

FINALITÉ	N.A.	NIVEAU (du Cadre des Certifications)	6
SECTEUR	1° Sciences humaines et sociales	DOMAINE D'ÉTUDES	9° Sciences économiques et de gestion
TYPE	COURT	CYCLE	PREMIER
LANGUE (majoritaire)	FRANÇAIS	CRÉDITS	180

### A. SPÉCIFICITÉ DE LA FORME D'ENSEIGNEMENT

Les Hautes Écoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles dispensent un enseignement supérieur poursuivant une **finalité professionnalisante de haute qualification**, associant étroitement apprentissages pratiques et conceptualisation théorique. Les formations proposées s'effectuent au niveau du bachelier et du master (Décret « Paysage », Chap. II, Art. 4, § 1 et 3) ; elles visent le développement de compétences disciplinaires et transversales correspondant aux niveaux 6 (type court) et 7 (type long) du cadre francophone des certifications de l'enseignement supérieur. Dans la lignée du bachelier de transition, le master professionnalisant offre l'opportunité aux étudiants d'approfondir leur formation et de se spécialiser dans leur domaine.

Les **stages** en milieu professionnel constituent une dimension centrale de la formation dispensée par les Hautes Écoles. Ils permettent le développement progressif et intégrateur des compétences requises par l'exercice du métier, tout en autorisant une réflexion sur la pratique professionnelle. La réalisation du travail de fin d'études (TFE) ou du mémoire, qui trouvent dans les stages des terrains de choix, constitue l'aboutissement d'un parcours de formation valorisant pratique professionnelle et recherche s'y appliquant.

En phase avec la société et inspirées par ses enjeux actuels, les Hautes Écoles constituent des lieux privilégiés d'innovation et de création de savoirs. Elles remplissent cette mission de concert avec les communautés de référence, professionnelles et scientifiques, à partir d'un ancrage régional et dans une visée internationale. Les enseignants des Hautes Écoles, femmes et hommes de terrain aux profils variés, sont ainsi engagés dans des recherches-actions et des recherches appliquées qui constituent, avec l'accompagnement des apprentissages, le cœur de leur métier. Ces recherches nourrissent les formations dispensées et permettent l'émergence de nouveaux espaces de réflexion, de mutualisation de savoirs et d'action.

Sur le plan pédagogique, les Hautes Écoles forment des **praticiens réflexifs**, des professionnels capables d'agir dans des contextes en constante mutation et d'apporter à des problèmes complexes des réponses appropriées, créatives et innovantes. Pour assurer leurs formations, les Hautes Écoles déploient un **accompagnement de proximité** (groupes-classes, apprentissage par les pairs, tutorat, mentorat). Pour ce faire, elles recourent à une pédagogie centrée sur l'étudiant, qui prend pleinement la mesure des changements de paradigmes éducatifs, épistémologiques et socio-économiques de la société postmoderne, en privilégiant l'induction, le dialogue des savoirs de divers types (scientifiques, expérientiels, techniques), la discussion critique, la contextualisation des objets de savoir.

Les Hautes Écoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles, mobilisées chacune autour de leur projet pédagogique, social et culturel qui caractérise leur identité propre, assurent enfin une mission éducative essentielle : former non seulement des professionnels innovants, créateurs, capables de faire face à la complexité et à la spécificité de leur environnement, mais aussi des **citoyens engagés et responsables**, soucieux de la collectivité et de son bien-être. C'est pourquoi les Hautes Écoles valorisent, outre le développement de compétences professionnelles, l'acquisition de **compétences transversales**, de nature organisationnelle, relationnelle, communicationnelle et réflexive.

## **B. SPÉCIFICITÉ DE LA FORMATION**

La formation de bachelier en commerce extérieur se réfère au niveau 6 du CEC.

Elle a pour mission de préparer les étudiants à être des citoyens actifs dans une société démocratique, les préparer à leur future carrière, permettre leur épanouissement personnel, créer et maintenir une large base et un haut niveau de connaissances, stimuler la recherche et l'innovation.

### **PROFIL PROFESSIONNEL**

Le bachelier en commerce extérieur contribue au développement national et 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), dans le respect des prescriptions légales et des préoccupations éthiques, environnementales et sociétales, de mettre en œuvre les choix stratégiques et de coordonner les opérations internationales entre les différentes fonctions de l'organisation et/ou les partenaires extérieurs.

Le bachelier en commerce extérieur :

- collecte tout type d'information sur les marchés étrangers et il renseigne le système d'information pour faciliter la prise de décision stratégique ;
- recherche, détecte les opportunités d'achats et de ventes de biens et/ou de services à l'international et prospecte les marchés cible ;
- prépare, négocie, réalise les opérations d'import-export et en assure le suivi ;
- conduit ces actions en respectant des objectifs de rentabilité et de satisfaction de la clientèle ;
- identifie les opportunités d'affaires.

Par la polyvalence de son métier le bachelier en commerce extérieur est à même d'évoluer dans de très nombreux domaines professionnels dans un contexte multilingue et multiculturel. Il peut travailler pour tout type d'entreprise ou d'organisation, industrielle, commerciale ou de services et plus spécifiquement pour des sociétés de négoce, de distribution, des prestataires de services de douane ou de transport et logistique, des organismes de conseil, des sociétés de services d'accompagnement à l'international ou encore des organisations européennes et internationales. Il peut aussi créer sa propre entreprise d'import-export.

## **C. COMPÉTENCES VISÉES PAR LA FORMATION**

### **1 S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution**

- Travailler tant en autonomie qu'en équipe, dans le respect de la culture de l'entreprise
- Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- Adopter une attitude éthique et respecter les règles déontologiques
- Développer une approche responsable, critique et réflexive des pratiques professionnelles et de ses projets d'affaires
- Cultiver l'ouverture multiculturelle et intégrer l'approche de la responsabilité sociétale des entreprises
- Identifier ses besoins de développement et s'inscrire dans une démarche de formation permanente

### **2 Communiquer : écouter, informer et conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe**

Par sa connaissance et sa pratique des langues et dans un contexte multiculturel:

- Présenter, par écrit et oralement, un plan d'action commerciale
- Gérer les relations commerciales en pratiquant l'écoute et l'empathie et créer des collaborations
- Négocier avec les différents acteurs
- Concevoir et orienter les messages de communication en fonction des interlocuteurs et de la situation
- Défendre son projet avec conviction et enthousiasme
- Constituer et entretenir un réseau de contacts

### **3 Mobiliser les savoirs et savoirs-faires propres au commerce extérieur**

- Conduire et gérer des études de marché
- Mener des activités de prospection et évaluer les risques pays/clients
- Mettre en œuvre un marketing stratégique et opérationnel adapté en intégrant la dimension multiculturelle et les différentes contraintes de l'environnement
- Utiliser des logiciels et outils informatiques adéquats
- Rencontrer les prescriptions légales nationales et internationales
- Préparer, négocier et conclure une vente et un achat

### **4 Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systématique**

- Comprendre et anticiper l'évolution économique, légale, géopolitique et culturelle des marchés en identifiant les indicateurs pertinents de veille
- Dépouiller, trier, synthétiser et interpréter les résultats d'études de marché
- Effectuer un diagnostic stratégique de la situation commerciale de l'entreprise et de son environnement international et faire des recommandations d'importation ou d'exportation
- Identifier tous les documents nécessaires aux opérations de commerce international et les mécanismes de financement et de paiement à l'international
- Évaluer la rentabilité des actions commerciales
- Visualiser les flux de produits et d'information et optimiser l'acheminement des marchandises dans la chaîne d'approvisionnement

### **5 S'organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission**

- Planifier les différentes étapes liées à l'élaboration d'une stratégie import-export
- Coordonner les études de marché
- Collaborer avec les services finance, achat et logistique, production, qualité et service après-vente
- Veiller à la bonne réalisation des opérations de douanes, de transport et de réception et expédition des marchandises
- Assurer le suivi des contacts clients, fournisseurs et prestataires de services
- Gérer le travail des équipes commerciales et favoriser les collaborations au sein du service ou du département
- Développer et gérer avec flexibilité des projets complexes, dans le cadre d'une démarche entrepreneuriale