



# PROGRAMME MBA MANAGER D'AFFAIRES INTERNATIONALES

Titre certifié niveau I - inscrit au RNCP, JO du 25 juillet 2015

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Analyser l'environnement et Identifier des opportunités de vente, de partenariat, d'implantation,
- Etudier les marchés étrangers selon une approche commerciale, socioculturelle, économique et juridique,
- Définir une stratégie de développement internationale et Elaborer le marketing-mix international de leur entreprise,
- Elaborer des plans d'actions commerciales adaptés à chaque marché cible,
- Prospecter des marchés étrangers et négocier des contrats internationaux en milieu interculturel,
- Identifier les risques liés aux opérations internationales et assurer leur couverture,
- Evaluer et rechercher les financements nécessaires aux opérations internationales,
- Elaborer des procédures administratives et financières et organiser l'ordonnancement des commandes,
- Organiser et suivre les aspects logistiques : transports internationaux et procédures douanières,
- Gérer les litiges,
- Pratiquer un management interculturel et animer une force de vente sur le terrain,
- Encadrer et soutenir un réseau de vente à l'étranger

Depuis  
**1987**

Plus de  
**4000**  
anciens

Rémunération\*  
**42K€**

\*rémunération brute annuelle moyenne. Promotion 2013

PARIS



MONTPELLIER



POITIERS



TOULOUSE



# THÈMES ABORDÉS

M1

## ENVIRONNEMENT INTERNATIONAL

Politique générale et stratégie d'internationalisation  
Cadre des échanges internationaux, institutions internationales  
Les zones de libre-échange – typologie des accords  
L'Union Européenne : institutions, mécanismes décisionnels, lobbying communautaire  
Géopolitique : approche pays  
Les risques à l'international  
Environnement juridique international  
Intelligence économique  
Sources d'informations internationales

## STRATEGIE INTERNATIONALE

Concepts du marketing international  
Les modèles PESTEL / PORTER – analyse SWOT  
L'offre commerciale internationale  
Appels d'offres internationaux  
Contrats internationaux (vente, prestation, agent, sous-traitant...)

## ANGLAIS PROFESSIONNEL

Anglais commercial  
Préparation au TOEIC

## MANAGEMENT DES OPERATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES

Incoterms ICC 2010  
Calcul des prix de vente / achat  
Documents import / export  
Transports internationaux – logistique internationale  
Procédures douanières  
Paievements internationaux  
Financements internationaux  
Garanties bancaires / garanties de change

## MANAGEMENT INTERCULTUREL

Codes de la communication  
Communication interculturelle  
Concepts interculturels  
Typologie des cultures  
Les différents styles de négociateurs étrangers

M2

## STRATEGIE INTERNATIONALE

Conduite d'une étude de marché internationale  
Canaux de commercialisation ou de distribution  
Choix stratégiques en fonction en fonction des risques / pays  
Diagnostic export  
Business plan à l'international

## DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL

Plan d'action commerciale internationale  
Prospection commerciale internationale - reporting  
Mise en place et animation des réseaux commerciaux  
Plan de communication à l'international  
Stratégie de développement : alliances, partenariats, implantations...  
Gestion de projets internationaux  
Négociation internationale

## MANAGEMENT DES EQUIPES INTERNATIONALES

Culture et management interculturel  
Typologies de cultures et comportement  
Rôle du manager international  
Animation des équipes pluriculturelles  
Gestion des collaborateurs étrangers – intégration des salariés – expatriation  
Mesure de performance des résultats

## LANGUES PROFESSIONNELLES

Anglais de la fonction « Manager des achats internationaux »  
Préparation au TOEIC  
Initiation au chinois



**La concurrence internationale** confronte les entreprises de toutes tailles à des formes nouvelles d'opérations commerciales, financières, logistiques et leur impose des stratégies largement basées sur des coopérations, des alliances, des transferts de technologie ou des délocalisations.

Il existe un véritable besoin de « Managers d'Affaires Internationales » capables d'analyser les situations économiques et politiques, de gérer les risques, de s'adapter aux cultures, de concevoir des montages financiers et contractuels, et de maîtriser les opérations commerciales liées aux nouvelles conditions du développement international.



**Rythme de formation**  
3 jours de cours tous les 15 jours.



**Centres de formation :**  
Paris : CESCO  
Montpellier : ESCASUP  
Poitiers : IDAIC  
Toulouse : ISCT



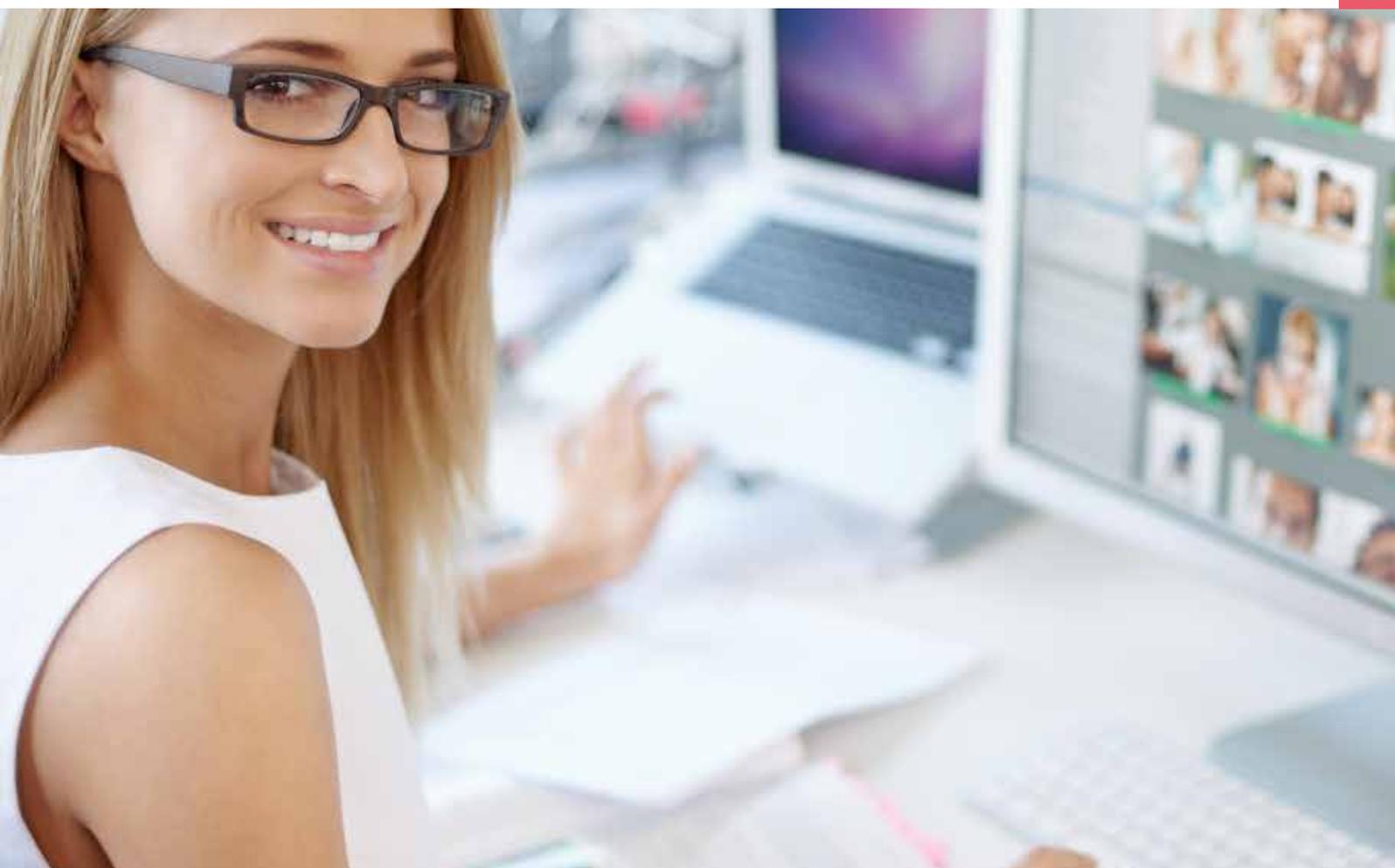
**Contactez-nous**  
contact@cesci.fr  
01 45 26 26 25



**Certification**  
Titre certifié niveau I - RNCP  
«Manager d'Affaires Internationales»  
JO du 25 juillet 2015



**CESCI**  
104, boulevard Arago - 75014 Paris  
www.cesci.fr  
Tél. : 01 45 26 26 25



# PROGRAMME MBA MANAGER DES ACHATS INTERNATIONAUX

Titre certifié niveau I - inscrit au RNCP, JO du 25 juillet 2015

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Etudier les marchés achats internationaux,
- Mettre en oeuvre des procédures de sourcing,
- Elaborer un cahier des charges, des appels d'offres et des consultations,
- Intégrer l'e-procurement dans leurs pratiques d'achats,
- Sélectionner leurs fournisseurs,
- Mener à bien les négociations d'achats en fonction des besoins de l'entreprise, du marché fournisseurs et du contexte interculturel,
- Evaluer et gérer les risques fournisseurs,
- Organiser et administrer leurs achats,
- Gérer les opérations d'achat au plan financier, commercial, douanier et juridique,
- Assurer le suivi des contrats et traiter les litiges,
- Maîtriser et optimiser les coûts d'achat et d'approvisionnement,
- Maîtriser la chaîne logistique et ses évolutions sous forme de "Supply Chain Management",
- Optimiser leurs achats (matières et produits, services et prestations intellectuelles, formation, sous-traitance, informatique, frais généraux...),
- Manager une équipe "Achats".

PARIS



Depuis  
**1987**

Plus de  
**4000**  
anciens

Rémunération\*  
**38,5K€**

# THÈMES ABORDÉS

M1

## ENVIRONNEMENT INTERNATIONAL

Politique générale et stratégie d'internationalisation  
Cadre des échanges internationaux, institutions internationales  
Les zones de libre-échange – typologie des accords  
L'Union Européenne : institutions, mécanismes décisionnels, lobbying communautaire  
Géopolitique : approche pays  
Les risques à l'international  
Environnement juridique international  
Intelligence économique  
Sources d'informations internationales

## STRATEGIE INTERNATIONALE

Concepts du marketing international  
Les modèles PESTEL / PORTER – analyse SWOT  
L'offre commerciale internationale  
Appels d'offres internationaux  
Contrats internationaux (vente, prestation, agent, sous-traitant...)

## ANGLAIS PROFESSIONNEL

Anglais commercial  
Préparation au TOEIC

## MANAGEMENT DES OPERATIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES

Incoterms ICC 2010  
Calcul des prix de vente / achat  
Documents import / export  
Transports internationaux – logistique internationale  
Procédures douanières  
Paievements internationaux  
Financements internationaux  
Garanties bancaires / garanties de change

## MANAGEMENT INTERCULTUREL

Codes de la communication  
Communication interculturelle  
Concepts interculturels  
Typologie des cultures  
Les différents styles de négociateurs étrangers

M2

## STRATEGIE ACHAT

Etude de marché achat – évaluation marché et risques fournisseurs  
Veille commerciale technologique, juridique, réglementaire  
Classification du portefeuille achats  
Sourcing international  
Sélection des fournisseurs et des circuits d'approvisionnement  
Performance achat- qualité  
Audit achat

## PROCESSUS ACHAT

Recueil, analyse et validation des besoins de l'entreprise  
Elaboration des cahiers des charges  
Appels d'offres : rédaction, lancement, analyse  
Sélection et qualification fournisseurs : choix et pondération des critères de sélection  
Contrats achat – contrats cadres – conditions générales d'achat  
Négociation achat

## MANAGEMENT ACHAT

Définition des moyens humains  
Recrutement d'une équipe achat- animation et motivation d'équipe  
Management des collaborateurs – Indicateurs d'évaluation  
Mise en place et optimisation des procédures d'achat  
Mesure de performance des résultats  
Réunions – reporting – audit de la fonction achat

## LANGUES PROFESSIONNELLES

Anglais de la fonction « Manager des achats internationaux »  
Préparation au TOEIC  
Initiation au chinois



Les métiers de la fonction "Achats" se sont complexifiés et ouverts à la polyvalence, se sont dotés d'outils utilisant largement les technologies de l'information et de la communication, et se sont complètement intégrés dans une démarche internationale.

Il s'agit donc non seulement de maîtriser les outils et les procédures d'achat (appel d'offres, contrat d'achat, conditions générales d'achat...), mais également les spécificités liées à l'international : transport international, procédures douanières à l'importation, modes de paiements internationaux, assurances, réserve de propriété, garanties, communication interculturelle et négociation internationale...



**Rythme de formation**  
3 jours de cours tous les 15 jours.



**Centres de formation :**  
Paris : CESCO



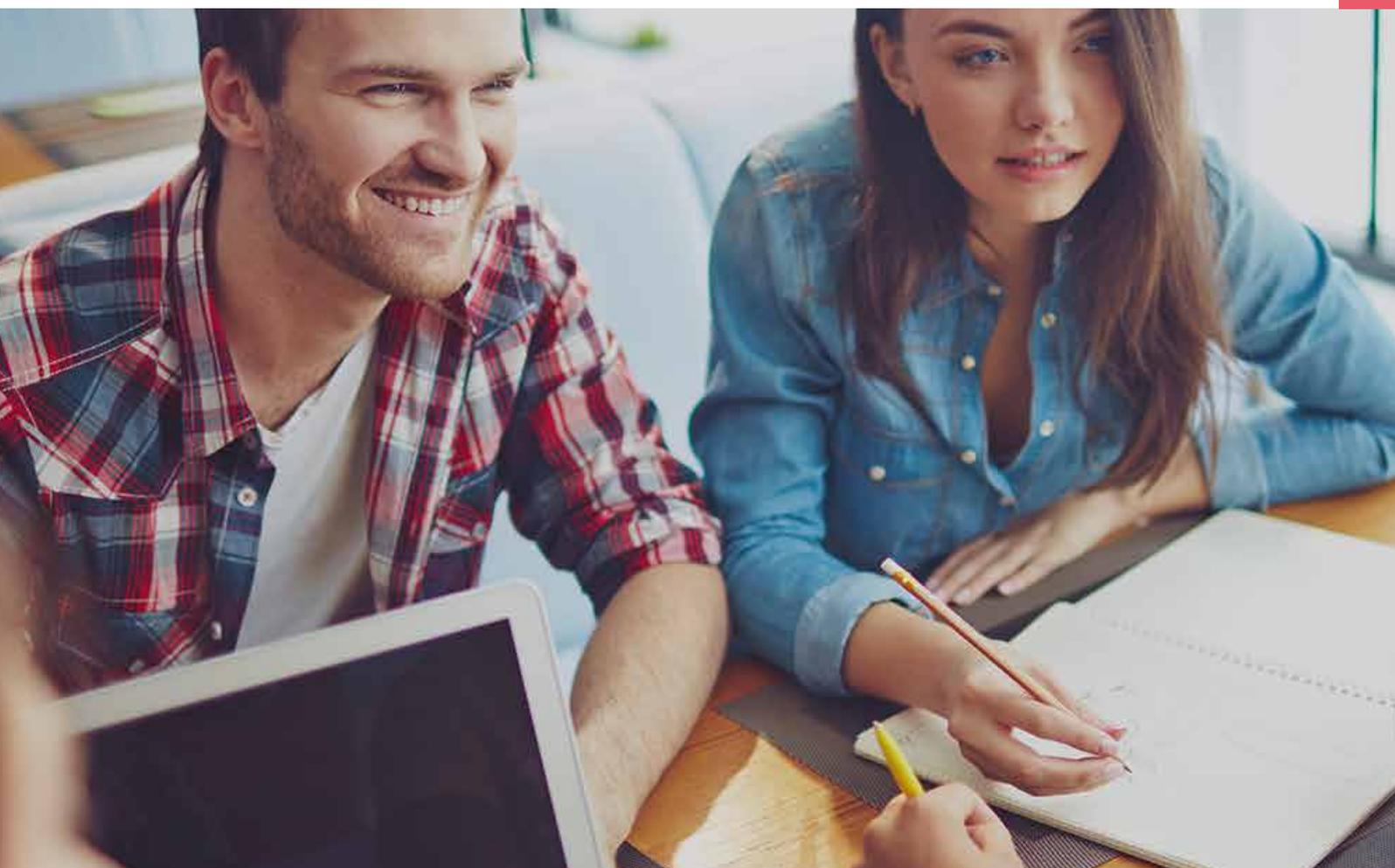
**Contactez-nous**  
contact@cesci.fr  
01 45 26 26 25



**Certification**  
Titre certifié niveau I - RNCP  
«Manager des Achats Internationaux»  
JO du 3 juillet 2014



**CESCI**  
104, boulevard Arago - 75014 Paris  
www.cesci.fr  
Tél. : 01 45 26 26 25



# PROGRAMME BACHELOR COMMERCE INTERNATIONAL

Titre certifié niveau II - inscrit au RNCP, JO du 25 juillet 2015

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Bachelor Commerce propose une spécialisation en 3 ans pour former les étudiants aux techniques marketing et commerciales, à la prise de décisions stratégiques, à l'encadrement d'équipes ainsi qu'à l'organisation des affaires internationales, des achats et de la logistique.

Le cursus est organisé en deux étapes. La première année se déroule sur un rythme de cours à temps complet afin d'assimiler au mieux les bases du programme, elle comprend également des périodes de stage en entreprise.

Les deux années suivantes sont organisées sur un rythme alterné de 3 jours de cours, une semaine sur deux.

Ce rythme, qui conjugue acquisition de connaissances et pratique en entreprise permet de valider une expérience professionnelle dans une ou plusieurs entreprises tout au long des deux années d'alternance.

Depuis  
**1987**

Plus de  
**4000**  
anciens

Rémunération\*  
**33,5K€**

B3

## MARKETING FRANCE ET INTERNATIONAL

Analyse et sélection des marchés Marketing Mix : produit, prix, publicité, distribution  
Analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces) – Modèles PORTER -PESTEL  
Stratégie de distribution, communication, organisation, suivi et contrôle  
Veille commerciale, concurrentielle et technologique  
Plan Marketing national et international

## OFFRE – CONTRATS INTERNATIONAUX - NEGOCIATION

Le plan d'action commerciale  
Analyse des besoins du client – mise en place de solutions techniques et financières  
L'offre commerciale : rubriques spécifiques (produits, prix, conditions de livraison, de paiement...)  
Elaboration d'un cahier des charges – Analyse des réponses aux appels d'offres  
Calcul des prix de vente – Incoterms ICC 2010  
Les documents commerciaux : facture proforma, commande, contrat de vente  
Les argumentaires commerciaux  
Les différents types de négociation – Négociation internationale et pratiques interculturelles

## SUIVI DES AFFAIRES COMMERCIALES

Suivi de la réalisation des contrats avec les différents services (production, logistique...)  
Pilotage des projets – suivi du planning technico-financier  
Animation de la relation client – Assistance technique au client  
Logistique internationale – douane – assurances- gestion des litiges commerciaux  
Les moyens de paiement : virement, chèque, effets de commerce...  
Les techniques de paiements sécurisés : crédit documentaire, lettre de crédit stand-by, remise documentaire  
Les garanties bancaires : soumission, restitution d'acompte, bonne fin, retenue de garantie

## MANAGEMENT DES EQUIPES COMMERCIALES

Mise en place et animation des équipes commerciales – fixation des objectifs quantitatifs et qualitatifs  
Supervision de l'administration des ventes nationales/internationales  
Consolidation, analyse des retours d'informations par pays et clients  
Audit des coûts, budget, rentabilité  
Les outils de gestion de la performance du service commercial – les indicateurs de qualité « service client »

## ANGLAIS PROFESSIONNEL / ANGLAIS COMMERCIAL

Offres commerciales – contrats de vente  
Négociation commerciale – jeux de rôle  
Préparation au TOEIC (Test of English for International Communication)



Le Bachelor Commerce du CESCO s'enrichit de l'expérience pédagogique de notre partenaire CTI. (Centre de Techniques Internationales).

Le CTI est membre de la Fédération de la Formation Professionnelle, membre de la Chambre de Commerce Internationale et membre depuis 1991 de l'IATTO, fédération internationale qui regroupe plus de 30 pays et qui développe des qualifications internationales pour les managers et responsables du commerce international.

Ce partenariat pédagogique permet de dispenser un titre certifié par l'État de niveau II Responsable Technico-Commercial France et International (BAC+4).



**Rythme de formation**  
3 jours de cours tous les 15 jours.



**Contactez-nous**  
contact@cesci.fr  
01 45 26 26 25



**Centres de formation :**  
Aix-en-Provence, Bordeaux, Metz, Montpellier, Nantes, Orléans, Paris, Poitiers, Reims et Strasbourg.



**Certification**  
Titre certifié niveau II - RNCP  
«Responsable Technico-Commercial France et International»,  
JO du 3 juillet 2014



**CESCI**  
104, boulevard Arago - 75014 Paris  
www.cesci.fr  
Tél. : 01 45 26 26 25