

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 10559**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible (La certification existe désormais sous une autre forme (voir cadre "pour plus d'information"))

MASTER : MASTER Master Arts, Lettres, Langues, Mention Cultures et sociétés étrangères, Spécialité Langues Étrangères Appliquées :

Négociateur Trilingue en Commerce International

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université de Poitiers, Ministère chargé de l'enseignement supérieur	Président de l'Université de Poitiers, Recteur de l'académie

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1967)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

136g Langues étrangères appliquées au tourisme, au commerce international, aux affaires, à la documentation ; Interprétariat et traduction,

312n Etudes de marchés et projets commerciaux, 312p Gestion des échanges commerciaux

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le diplômé du Master LEA Négociateur Trilingue en Commerce International (LEA NTCI) peut prétendre à des emplois diversifiés dans lesquels seront mises en œuvre les activités suivantes :

- Etude ou Sélection des marchés et acteurs potentiels en tenant compte des spécificités commerciales et culturelles propres à chaque pays ;

- Gestion des problèmes financiers, monétaires, juridiques et commerciaux inhérents au commerce international et à la spécificité culturelle du pays concerné ;

- Réponse à des appels d'offres internationaux à partir de devis établis par les services techniques de son entreprise ;

- Négociation des contrats internationaux à risques ou à enjeux stratégiques importants, mise en œuvre de la politique d'achats ;

- Conduite des négociations commerciales internationales importantes ;

- Négociation, conseil et suivi des clients étrangers grands comptes ;

- Prospection internationale, sélection et suivi des clients et des distributeurs ;

- Mise en oeuvre de la politique mercatique (marketing) ;

- Mise en place et Maîtrise des réseaux commerciaux internationaux ;

- Maîtrise des pratiques commerciales et culturelles propres aux pays concernés ;

- Prospection de clientèle de professionnels étrangers.

Compétences ou capacités attestées (I = initiation, U = utilisation, M = maîtrise)

Compétences transversales

3 niveaux proposés : I (Initiation) = réalisation de l'activité avec de l'aide ; U (Utilisation) = réalisation de l'activité en autonomie ; M

(Maîtrise) = capacité à transmettre, voire à former à l'activité et la faire évoluer.

Compétences organisationnelles :

· Travailler en autonomie (M) : établir des priorités, gérer son temps, s'auto-évaluer, élaborer un projet personnel de formation.

· Utiliser les technologies de l'information et de la communication (M).

Effectuer une recherche d'information (U) : préciser l'objet de la recherche, identifier les modes d'accès

· analyser la pertinence, expliquer et transmettre.

· Mettre en œuvre un projet (U) : définir les objectifs et le contexte, réaliser et évaluer l'action.

· Réaliser une étude (M) : poser une problématique ; construire et développer une argumentation ; interpréter les résultats ;

élaborer une synthèse ; proposer des prolongements.

Compétences relationnelles :

· Communiquer (M) : rédiger clairement, préparer des supports de communication adaptés, prendre la parole en public et commenter des supports, communiquer en langues étrangères (compréhension et expression écrites et orales : **niveau C2**).

· Travailler en équipe (U) : s'intégrer, se positionner, collaborer

· S'intégrer dans un milieu professionnel (M) : identifier ses compétences et les communiquer, situer une entreprise ou une organisation dans son contexte socio-économique, identifier les personnes ressources et les diverses fonctions d'une organisation, se situer dans un environnement hiérarchique et fonctionnel, respecter les procédures, la législation et les normes de sécurité

Compétences scientifiques générales

· Connaître et respecter les réglementations (M)

· Faire preuve de capacité d'abstraction (M)

· Analyser une situation complexe (M)

· Adopter une approche pluridisciplinaire (M)

· Utiliser des logiciels d'acquisition et d'analyse de données (U)

- Utiliser des outils mathématiques et statistiques (U)
- Utiliser au moins deux langues étrangères dans les transactions ou relations internationales (M)

Compétences disciplinaires spécifiques

- Collecter et Analyser les informations internes et externes se rapportant au marché du produit et à son environnement économique et culturel puis Proposer les plans d'action commerciale pour le produit : cibles à atteindre, prix de vente, circuit de distribution, campagne de communication, argumentaire, actions promotionnelles. (M)
- Rassembler, mettre en forme (tableaux de bord, graphiques...) des informations sectoriels, Rédiger des notes de synthèse dans les langues étrangères. (M)
- Gérer matériellement les contacts de son responsable hiérarchique (prise de rendez-vous, organisation de réunions, déplacements...) (U)
- Comprendre, analyser, restaurer et restituer avec fidélité et style un texte ou un discours technique d'une langue à une autre et Rechercher la documentation nécessaire à la compréhension du sujet, texte ou discours traduit. (M)
- connaître les particularités techniques des domaines juridique, fiscal, commercial, politique et économique. (U)
- Accueillir, renseigner et conseiller une clientèle diverse, Vendre des services (titres de transport, voyages, séjours, circuits, locations...), permettre les réservations et Rédiger les titres de transport, contrats...(U)
- Concevoir les contenus des messages de communication, avec un langage et un style adaptés, Assurer les contacts avec les interlocuteurs de l'entreprise (internes, externes) et les médias (journalistes...) ainsi qu'organiser et gérer les activités matérielles, les dossiers administratifs (fichier de relations...) et budgétaires des actions de communication(U)
- Maîtrise de l'expression écrite et orale en français et en langues étrangères, sens des contacts humains en particulier dans des contextes socioculturels étrangers (voyages d'études, missions, foires, salons et manifestations commerciales à l'étranger etc.) (M)
- Maîtriser les techniques de base du commerce international (U)
- Négociation Vente / Achat en français et en langues étrangères, en tenant compte des particularités socioculturelles étrangères (M).
- Pratique des techniques de négociation et de prise de décision à l'international (U)
- Présentation de comptes rendus et rapports oraux (en français et en langues étrangères), mise au point d'argumentation (M).
- Analyse et évaluation des potentialités de l'entreprise et des marchés (U)

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Tous types de métiers du commerce, de la logistique, de l'export / import
 Acheteur international/Acheteuse internationale,
 Directeur commercial/Directrice commerciale et du marketing
 Responsable des ventes
 Cadre export/import

Codes des fiches ROME les plus proches :

D1402 : Relation commerciale grands comptes et entreprises

D1406 : Management en force de vente

M1102 : Direction des achats

M1707 : Stratégie commerciale

M1302 : Direction de petite ou moyenne entreprise

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composants de la certification :

Ce Master est conforme au système Européen. Il est accessible à tous les étudiants titulaires de la Licence Mention LEA et aux licences des domaines Lettres et Langues mention LLCE, aux licences de Droit, Sciences économiques, sciences politiques et Sciences humaines ayant des connaissances reconnues dans les langues étudiées. Il s'agit d'une formation universitaire validée par 120 crédits ECTS après la licence. Elle se déroule sur 4 semestres de 30 ECTS chacun, soit environ 300 heures de travail par semestre.

Environ 50% des unités d'enseignement (UE) sont consacrées aux langues étrangères ; les autres enseignements contribuent à une solide formation relative au monde des affaires (droit, négociation, marketing, stratégie, commerce international) et au développement de compétences transversales (culture générales, communication, préparation à la vie professionnelle...). Dans la plupart des UE, une place importante (20 %) est réservée à l'utilisation des outils informatiques appliqués à la négociation commerciale et à la communication professionnelle.

Chaque UE fait l'objet d'évaluations notées ; selon les UE, elles se présentent sous forme de contrôles continus (travaux dirigés et/ou travaux pratiques) et d'examens terminaux écrits, de dossier, de rapports de stage (en particulier pour le terrain / les stages en entreprise)* et dans certains cas, d'épreuves et/ou exposés oraux.

La professionnalisation peut se faire sous deux formes au semestre 2 au choix de l'étudiant, à savoir par un stage de 2 mois minimum en entreprise à l'étranger ou par un stage de quatre mois et demi minimum dans le cadre de l'Unité d'Expérience Professionnelle. Cette professionnalisation se poursuit au semestre 4 par un stage long de 6 mois, qui valide ledit semestre.

Validité des composants acquises : illimitée

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Membres de l'équipe pédagogique de la mention ayant contribué aux enseignements
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	Membres de l'équipe pédagogique de la mention ayant contribué aux enseignements
En contrat de professionnalisation	X	
Par candidature individuelle	X	Enseignants-chercheurs et professionnels
Dispositif VAE non prévu à l'heure actuelle	X	

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Arrêté du 25 avril 2002 relatif aux études universitaires conduisant au grade de master -- NOR : MENS0201070A

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 27 août 2008

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

SEEP Université de Poitiers

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

Autres sources d'information :

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

<http://ll.univ-poitiers.fr>

Sites des laboratoires de recherche auxquels est adossé ce master :

- MIMMOC (EA 3812) - Mémoires, identités, marginalités dans le monde occidental contemporain (MSHS, Université de Poitiers), laboratoire d'adossement principal (thématique et en EC)

- CRLA-ARCHIVOS (UMR 6132) - Centre de recherches latino-américaines (les civilisationnistes)

- CESCO (UMR 6589) - Centre d'études supérieures de civilisation médiévale

- FORELL (EA 3816) - Formes et représentations en Linguistique et en Littérature

- CEREGE (EA 1722) - Centre de Recherche en Gestion.

Les étudiants de master participent aux activités du laboratoire correspondant à leur spécialisation, notamment aux réunions scientifiques (séminaires, colloques, congrès) organisées par l'équipe concernée.

Université de Poitiers

Lieu(x) de certification :

Université de Poitiers

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

UFR Lettres et langues

Historique de la certification :

Fiche remplacée par la fiche nationale 31498

Le Master LEA Négociateur Trilingue en Commerce International mention Civilisation-Culture et Sociétés est proposée depuis 2005 par l'Université Poitiers.