

# LICENCE COMMERCE INTERNATIONAL



Gestion Commerce et développement international

**Crédit : 60 ECTS** Code LG03602A

Niveau d'entrée : Bac + 2

Niveau de sortie : Bac + 3

## Public concerné et conditions d'accès

Accès en L3 selon les conditions suivantes :

- soit être titulaire des 120 crédits ECTS des années L1 et L2 d'une licence des domaines DEG ou SHS
- soit être titulaire d'un diplôme bac+2 (Cnam ou autre établissement) ou d'une certification professionnelle de niveau 5 enregistrée au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP)
- soit justifier d'un niveau de formation bac+2 et effectuer une procédure de validation d'études supérieures (VES)

L'accès en L3 suppose des pré-requis en termes de connaissances juridiques, économiques, comptables et en méthodes de gestion.

## Objectifs pédagogiques

La licence Gestion d'entreprise qualifie des publics en vue de l'exercice de fonctions d'encadrement intermédiaire et de proximité, dans trois secteurs :

- Gestion administrative et gestion commerciale
- Développement commercial, national ou international
- Management et processus organisationnels

La licence a pour objectif de permettre l'acquisition des connaissances, savoir-faire et compétences nécessaires pour pratiquer et utiliser en autonomie les outils et méthodes mobilisés dans le fonctionnement des entreprises et des organisations. Ces aptitudes et connaissances générales se définissent de la façon suivante :

## Parcours L3

- compréhension et application des principes et outils de la gestion et du management des opérations commerciales internationales
- analyse d'un environnement concurrentiel et économique international
- mise en oeuvre des dispositions réglementaires et des outils de gestion des risques dans un environnement commercial international
- mobilisation des méthodes d'analyse marketing dans le cadre d'un développement international d'entreprise
- utilisation des outils de communication et de traitement de l'information
- capacité de mise en oeuvre de techniques et de méthodes de gestion et de développement commercial international

## Stages, projets, mémoire

La délivrance du diplôme est conditionnée par l'élaboration et la validation d'un rapport d'activité professionnelle, présentant l'expérience professionnelle et les compétences développées par le candidat dans les domaines couverts par la licence. Une expérience professionnelle d'une durée de 36 mois est requise à l'issue du parcours de licence, dans un ou plusieurs domaines visés par la formation.

Document non contractuel (ces renseignements peuvent donner lieu à des modifications).  
Pour plus d'information se reporter au site [www.cnam-idf.fr](http://www.cnam-idf.fr).

## Description de la formation

L3			Planning
ESD104	Politiques et stratégies économiques dans le monde global	6 ECTS	
@ DRA103	Règles générales du droit des contrats	4 ECTS	
DVE102	Géographie et économie du commerce international	8 ECTS	
@ DVE103	Action commerciale internationale	8 ECTS	
@ ESC101	Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data	6 ECTS	
@ MSE101	Management des organisations	6 ECTS	

## Un cours au choix parmi

			Planning
@ ANG200	Parcours d'apprentissage personnalisé en anglais	6 ECTS	
@ ANG320	Anglais professionnel (niveau licence)	6 ECTS	
ARA100	Cours de langue et de culture arabes, parcours collectif	6 ECTS	

## Un cours au choix parmi (4 ECTS)

@ ESC103	Veille stratégique et concurrentielle	4 ECTS	
@ EAR110	L'union européenne : origines et fonctionnement	6 ECTS	
GFN106	Pilotage financier de l'entreprise	6 ECTS	
@ CCE105	Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle	4 ECTS	
@ CFA116	Comptabilité et analyse financière	6 ECTS	
@ ACD109	Négociation et Management des forces de vente : approfondissements	4 ECTS	
STA105	Contrôle de qualité	6 ECTS	
UAM10D	Expérience et rapport d'activité professionnelle	12 ECTS	

@ Cours également disponible en ligne (Ile-de-France)

@ Cours également disponible en ligne (Région)

**ECTS** : Système européen de transfert et d'accumulation de crédits.

Si l'expérience professionnelle se situe hors du champ de la gestion, un stage d'une durée de trois mois au minimum est requis, ainsi qu'un rapport de stage.

## Conditions de délivrance du diplôme

La validation des 60 crédits de la licence, prononcée par le jury national, comprend : d'une part la validation de l'ensemble des unités d'enseignement composant le parcours L3 (en cas d'accès direct en L3) la validation de l'expérience professionnelle et du rapport d'activité associé.

Les principes de compensation en licence générale peuvent être consultés auprès du secrétariat de votre centre.

Apporter la preuve du passage d'une certification en langue anglaise datant de moins de 2 ans.

# Conservatoire national des arts et métiers d'Ile-de-France

## ESD104 - Politiques et stratégies économiques dans le monde global

**Crédits : 6 ECTS**

### Objectifs pédagogiques

Apporter une culture économique et stratégique sur les évolutions de l'économie européenne et de la globalisation pour améliorer la prise de décision personnelle et professionnelle.

### Contenu de la formation

Rappels de notions de base en micro et macroéconomie / Mondialisation et financiarisation de l'économie / Les entreprises face au marché unique et à la monnaie unique. / Compétitivité et attractivité de la France.

## DRA103 - Règles générales du droit des contrats

**Crédits : 4 ECTS**

### Objectifs pédagogiques

Maîtriser les aspects théoriques et pratiques du droit des contrats et des obligations. Acquérir une bonne connaissance des règles générales gouvernant les relations entre l'entreprise et ses partenaires. Comprendre les étapes de la conclusion d'un contrat et gérer les risques inhérents à son exécution. Connaître les clauses contractuelles les plus usuelles et savoir les utiliser. Savoir lire un contrat et gérer son exécution.

### Contenu de la formation

- Technique contractuelle  
Recherche du co-contractant / Pourparlers / Clauses usuelles / Rédaction et conclusion du contrat.  
- Conclusion des contrats  
Classification des contrats / Formation des contrats / Modification des contrats / Interprétation des contrats.  
- Exécution des contrats

## DVE102 - Géographie et économie du commerce international

**Crédits : 8 ECTS**

### Objectifs pédagogiques

Mettre en évidence les caractéristiques fondamentales de l'économie mondiale contemporaine : données macroéconomiques, pôles économiques, institutions, opérateurs, processus. Présenter les données réelles et les mécanismes du commerce international. Eclairer la relation entre les grands débats théoriques, les discussions internationales, les recommandations et les principales pratiques du commerce international.

### Contenu de la formation

Introduction : Structure et tendances de l'économie mondiale, Partie 1 : évolution et structure des échanges internationaux, Partie 2 : approche des problématiques internationales contemporaines

## CFA116 - Comptabilité et analyse financière

**Crédits : 6 ECTS**

### Objectifs pédagogiques

Permettre à des non spécialistes de comprendre les référents des modèles comptables et de savoir lire les états financiers de l'entreprise. Être capable de réaliser une analyse financière succincte à partir des documents comptables de synthèse. Être capable de comprendre les logiques de calcul de coûts.

### Contenu de la formation

• Finalités et acteurs de l'information comptable  
• Modèle comptable et contenu des états financiers  
• L'interprétation des états financiers  
• Analyse d'un cas d'entreprise / simulateur

## ARA100 - Cours de langue et de culture arabes, parcours collectif

**Crédits : 6 ECTS**

### Objectifs pédagogiques

Deux niveaux sont proposés :  
- Une initiation à la langue arabe, à l'écrit, à l'oral et à sa culture (A0 vers A1 du cadre européen pour les langues)  
- Un niveau élémentaire (A1 vers A2 du cadre européen pour les langues)

### Contenu de la formation

- Pour le cours d'initiation (A0 vers A1) : Apprentissage du système graphique Lecture débutant (objectif A1 texte voyellé)  
Se présenter : famille, études, loisirs, se décrire, décrire l'autre.  
Les chiffres, les couleurs, le temps qu'il fait apprécier un poème ou extrait de roman très court.  
- Pour le niveau élémentaire (A1 vers A2 du CECR) Atteindre le niveau A2 du cadre européen pour les langues, c'est-à-dire avoir une maîtrise élémentaire de la langue, comprendre et transmettre des informations simples sur des sujets familiers.  
En fin de formation :

Compréhension de l'oral : être capable de comprendre des messages oraux simples ayant un rapport avec l'environnement proche de l'apprenant (travail, famille, achat).  
Production orale : être capable de produire une série de phrases pour décrire sa formation, son environnement professionnel, sa famille.

**74**

Compréhension de l'écrit : être capable de lire des textes courts, de trouver une information prévisible dans des documents courants (publicité, menus, prospectus, article courts, horaires, courriels simples).  
Interaction orale : être capable de poser des questions élémentaires et y répondre. Être capable des échanges brefs.  
Production écrite : être capable d'écrire des messages simples (courriels, textos).  
Développement de compétences interculturelles élémentaires.

## DVE103 - Action commerciale internationale

**Crédits : 8 ECTS**

### Contenu de la formation

Analyse macro-économique de l'environnement international des entreprises et dimensions financières, juridiques, politiques et logistiques de la gestion des opérations internationales. / Stratégies et tactiques marketing des entreprises en environnement international.

## ESC101 - Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data

**Crédits : 6 ECTS**

### Objectifs pédagogiques

Acquérir ou approfondir les notions de base des études marketing par une pédagogie active, illustrée de nombreux exemples concrets. Public : élèves non impliqués directement dans les métiers du marketing et souhaitant mieux comprendre ces domaines, professionnels exerçant une activité marketing et désirant approfondir ou actualiser leurs connaissances.

### Contenu de la formation

- Les études de marché et les nouveaux enjeux de la data : Principes et acteurs du marketing, le marché, le métier des études  
Démarche d'une étude sur un exemple simple  
Méthodologies de recueil d'informations marketing, conception de questionnaires  
Introduction aux études qualitatives et ethnographiques  
- Échantillonnage aléatoire et par quotas, notions de stratification  
- Analyse d'informations marketing, rappels de statistiques descriptives, application à la segmentation de clientèle (typologie) et au positionnement de produits (analyse factorielle)  
- Panels de consommateurs, de distributeurs et d'audience; «access panels»; panels d'internautes. Single source.  
- Etudes internes  
- Etudes en ligne, forums de co création, e-réputation, communautés online  
- Scoring et géomarketing  
- Cas concrets d'applications, exposés d'experts  
- ED d'application sur les principaux chapitres

## MSE101 - Management des organisations

**Crédits : 6 ECTS**

### Objectifs pédagogiques

Ce cours se focalise sur l'organisation des entreprises. L'objectif principal est de comprendre leur fonctionnement et appréhender leur gestion. Chaque thématique est abordée sous un angle théorique autant que pratique à travers des outils de gestion. L'auditeur devra prendre le point de vue du manager pour analyser une situation, la caractériser et fournir des recommandations. Faire des liens pertinents entre théories et pratiques managériales en développant une posture réflexive.

### Contenu de la formation

• Une représentation de l'activité de l'entreprise  
De la PME à la multinationale : les crises de croissance (Modèle de Greiner) / Principes et formes d'organisation de l'entreprise / L'interaction entre processus et organisation / La stratégie d'entreprise et son articulation avec l'organisation  
• Les processus  
La cartographie des processus / La mesure de la performance des processus / La qualité et la gestion des processus  
Un regard historique sur les entreprises / De l'âge du commerce à l'apparition de la grande entreprise / Les transformations contemporaines de la firme  
• La gestion d'équipe  
Les grandes théories de la conduite des hommes / Les différentes approches contemporaines du leadership et de la motivation. / Le métier de manager  
• L'analyse de l'entreprise  
La culture d'entreprise : l'approche gestionnaire et l'approche sociologique / L'analyse stratégique des organisations

## ESC103 - Veille stratégique et concurrentielle

**Crédits : 4 ECTS**

### Objectifs pédagogiques

Avoir une bonne compréhension de la veille concurrentielle et stratégique, de ses enjeux et de sa place dans la politique de l'entreprise. Acquérir les connaissances des méthodes et des ressources pour la veille concurrentielle.

### Contenu de la formation

- Introduction : la veille stratégique et concurrentielle, ses enjeux et ses objectifs / Méthodologie générale de mise en place d'une veille, plan de veille / Sources d'information stratégique et méthodologie de sourcing / Outils de recherche automatisée et services de veille professionnels / La recherche d'information web 2.0 et les réseaux sociaux / Datamining, analyse et résultats de la veille / Le benchmarking et les avis d'experts / L'espionnage industriel et la protection de ses informations

## EAR110 - L'union européenne : origines et fonctionnement

**Crédits : 6 ECTS**

### Objectifs pédagogiques

Connaître pourquoi, où et comment se prennent aujourd'hui les décisions engageant l'avenir des populations de l'Union européenne. Comprendre le poids des traditions spécifiques de chacune des nations européennes. Faire apparaître les résultats d'un demi-siècle de construction européenne, en énoncer les enjeux actuels et en dessiner les perspectives.

### Contenu de la formation

Fondements et héritages. - Les étapes de la construction européenne. - L'Union européenne : une nouvelle unité active. - Les pôles décisionnels : une géographie de la décision et de l'influence en Europe aujourd'hui. - Espaces et sociétés. - Enjeux et perspectives de l'Union européenne.

## GFN106 - Pilotage financier de l'entreprise

**Crédits : 6 ECTS**

### Objectifs pédagogiques

Connaître les différents aspects de la gestion financière d'une entreprise : de la gestion des équilibres financiers à l'analyse des opérations d'investissement et de financement. Savoir lire et interpréter les indicateurs d'un tableau de bord financier. Connaître les fondamentaux de la théorie financière.

### Contenu de la formation

Partie 1 : De la comptabilité à l'analyse financière / Partie 2 : Les outils de la gestion financière prévisionnelle / Partie 3 : Éléments de théorie et politique financière

## CCE105 - Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle

**Crédits : 4 ECTS**

### Objectifs pédagogiques

Faire acquérir les outils de communication oraux et écrits mobilisés en situation professionnelle.

### Contenu de la formation

Axe 1 - Dynamique de l'interaction orale  
Axe 2 - L'écrit comme outil de travail pour le partage des connaissances et la construction d'une mémoire collective.

## ACD109 - Négociation et Management des forces de vente : approfondissements

**Crédits : 4 ECTS**

### Objectifs pédagogiques

Préparer et entraîner les participants à intégrer la démarche marketing dans la conception du plan d'action commerciale et à assurer la mise en oeuvre des actions retenues.

### Contenu de la formation

• De la stratégie commerciale au plan d'action commerciale  
• Négociation et mise en oeuvre du plan d'action commerciale  
• Le management des unités commerciales  
• Exercices dirigés (études de cas)

## STA105 - Contrôle de qualité

**Crédits : 6 ECTS**

### Contenu de la formation

• Contrôle de qualité - fiabilité - sécurité : Amélioration continue des systèmes de production  
• La variabilité des processus  
Maîtrise des processus : cartes de contrôle aux mesures et aux attributs. Indicateurs de performance globale  
• Contrôle de réception, audits  
• Évaluation des performances d'un processus  
• La qualité dans les services.  
• Fiabilité-Sécurité  
• Architecture des Normes  
Techniques et méthodes d'amélioration de la qualité et de résolution des problèmes  
Techniques et méthodes d'amélioration de l'organisation et de la productivité  
Stratégies d'amélioration continue de la qualité et de la productivité :  
6 SIGMA  
Le système LEAN