Bachelor Acheteur France et International

Titre certifié par l'état niveau II (Bac+3), inscrit au RNCP, délivré par le CTI

ISCT
INSTITUT SUPERIEUR DE COMMERCE

Objectif de la formation

Ce Bachelor a pour objectif de former aux fonctions d'Acheteur, France ou International, dans les services achats des entreprises industrielles ou commerciales de tout secteur (produits, services, grande distribution, import-export…). La formation a pour objectif d'acquérir les compétences de la fonction achat, mais également en marketing, commerce, droit, gestion financière, négociation dans un environnement multiculturel et international, et de développer une bonne maîtrise de l'anglais professionnel.

Conditions d'admission

- Admission sur dossier et entretien.
- Niveau d'entrée : Titulaire d'un Bac+2 (toutes sections), ou par dérogation Bac + 10 ans d'expérience dans une activité équivalente dont 5 ans dans l'encadrement.

Statut – Rythme – Dates de rentrée

- Salarié en formation continue. CIF, CPF, Demandeur d'emploi. Contrat de professionnalisation…
- Nous consulter pour les plannings : 550 heures sur 3,5 mois de cours et 4 mois de stage.

Titre enregistré au RNCP délivré par le CTI
Titre certifié par l'État Niveau II (Bac + 3)
J.O. du 25/07/2015

PROGRAMME

Marketing stratégique France et international

- Analyse et sélection des marchés. Analyse SWOT.
- Marketing mix : produit, prix, publicité, distribution. Stratégie de distribution, communication, organisation, suivi et contrôle.
- La veille marketing, produits, économique…
- Le plan marketing national et international.

Marketing opérationnel et techniques de commercialisation

- La mise en œuvre d'une stratégie commerciale et du plan d'actions commerciales. Planification des actions commerciales.
- Gestion d'un portefeuille clients.
- Organisation de la force de vente et des équipes commerciales.
- Plan de communication. Plan média. Publicité. E-Communication.
- Etablissement de l'offre commerciale.
- Les appels d'offre : analyser, préparer, répondre, négocier

Communication & négociation interculturelle

- La communication interculturelle. Concepts clés de l'interculturel.
- Communiquer avec aisance. Construire un langage commun.
- Les codes de la communication et les différents styles de négociation.
- Les argumentaires commerciaux et d'achat, et entretiens de négociation.

Offres - contrats commerciaux - droit - finance

- Analyse des besoins. Appels d'offres. Cahier des charges.
- Analyse des réponses aux appels d'offres.
- Aspects juridiques : Droit commercial. Les différents types de contrats commerciaux, avec les différentes clauses et conditions générales de vente / achat. Accords cadres. Clauses contractuelles…
- Les documents commerciaux : facture proforma, commande, contrat...
- Finance d'entreprise et notions de comptabilité.
- Calcul des prix de vente et des marges commerciales.
- Les modes de paiements et les risques financiers.

Management des équipes et ressources humaines

- Gestion des Ressources Humaines.
- Mise en place et animation des équipes commerciales.
- Entraînement aux techniques de négociation.
- Les outils de gestion RH et de la performance commerciale.

Anglais (obligatoire) / Espagnol (facultatif)

Anglais oral et écrit dans l'environnement professionnel et commercial. Préparation au TOEIC (Test of English for International Communication). Espagnol facultatif.

Projet professionnel en entreprise

Réaliser un projet réel en entreprise reprenant l'essentiel des composantes d'enseignement. Rédaction d'un rapport de 40 pages et soutenance orale.

Marketing des achats

- Définition des besoins et classification des achats – Segmentation produits / marché / fournisseurs.
- Construction et validation du budget achat.
- Identification des sources d'approvisionnement : sourcing, e-procurement. Evaluation et qualification des fournisseurs.

Stratégie achats

- Les achats dans la stratégie des entreprises.
- Évolution de la fonction achats, et positionnement du service achat dans l'entreprise. Evaluation et diagnostic des risques liés aux achats internationaux

La performance des achats

- Les procédures d'audit et de pilotage de la performance.
- Les critères de notation des fournisseurs - Indicateurs qualité.
- Analyse des coûts globaux – analyse de la valeur et pistes d'optimisation. Gestion et suivi du budget achats.

Organisation des appels d'offres

- Appels d'offres : mise en place, structure et rédaction des clauses.
- Conditions générales d'achats – Accords cadres – Contractualisation.
- Aspects juridiques des achats : conventions internationales, clauses contractuelles, propriété industrielle…
- Préparation aux entretiens de négociation – stratégie et techniques de négociation.
- Négociation et différences culturelles – jeux de rôle.

Administration des ventes et des achats

- Suivi de la réalisation des contrats. Pilotage des projets – Suivi du planning technico-financier.
- Modes de transport et de logistique France et international – assurance des marchandises – gestion des litiges.
- Les outils et méthodes de gestion des stocks et d'approvisionnement.
- Les opérations douanières – les différents régimes douaniers – l'Opérateur Economique Agréé. Incoterms ICC 2010 : objectifs, choix, calculs des prix en fonction des Incoterms.
- Les garanties bancaires : soumission, restitution d'acompte, bonne fin, retenue de garantie, de maintenance.
- Paiements selon les fournisseurs / pays.
- Les techniques de paiements sécurisés : crédit documentaire, lettre de crédit stand-by, remise documentaire.

Étude de cas d'entreprise

Les stagiaires travaillent pendant 3 mois en trinôme sur une étude de cas d'un programme d'Achat d'une entreprise. L'examen final comprend la remise d'un rapport et un grand oral de soutenance.

Institut Supérieur de Commerce de Toulouse
1 Impasse Marcel Chalard - Technoparc Basso Cambo Batiment 3
31100 Toulouse
Tél. : 05 34 47 01 19 | admissions@isct.fr
www.isct.fr

Raison sociale : ADEFI Formation