**Demande de Validation des**

**Acquis de l’Expérience**

**BTS-Gestionnaire en Commerce et Marketing**

1. **Coordonnées**

|  |  |
| --- | --- |
| Civilité (Madame /Monsieur) : |  |
| Prénom :  |  |
| NOM : |  |
| Date de naissance :  |  |
| Lieu de naissance :  |  |
| Nationalité : |  |
| Adresse : |  |
| Pays : |  |
| Téléphone 1 : |  |
| Téléphone 2 : |  |
| Courriel : |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Pièces** | **Annexe** |
| Copie carte d’identité |  |
| Copie Titre de séjour |  |

Il faut joindre une copie d’une pièce d’identité. Les ressortissants en dehors de l’UE doivent joindre un titre de séjour

1. **Projet de formation et de carrière professionnelle**

|  |
| --- |
|  |

1. **Situation actuelle**

|  |  |
| --- | --- |
| Type d’activité principale : |  |
| Fonction :  |  |
| Commentaire sur l’activité (facultatif) : |  |
| Taux d’occupation (temps partiel ou complet) en % : |  |
| Activité secondaire (éventuelle) |  |
| Commentaire sur l’activité secondaire (facultatif) : |  |

1. **Parcours scolaire (les diplômes sont à joindre en annexe)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Etudes** | **Année** | **Parcours** | **Annexe** |
| Diplôme donnant accès aux études supérieures (bac) : |  |  |  |
| Etudes supérieures (éventuelles) : |  |  |  |
| 1ère  année  |  |  |  |
| 2ème année |  |  |  |
| 3ème année |  |  |  |
| Commentaire sur les études supérieures (facultatif) : |  |  |  |

Pour les diplômes de fin d’études secondaires étrangers, il faut joindre une équivalence établie par le Ministère luxembourgeois qui a l’enseignement dans ses attributions

1. **Parcours professionnel**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Période** | **Temps plein ou partiel** | **Entreprise / Organisation** | **Fonction**  | **Principales activités ou missions** | **Annexe** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

1. **Parcours associatif et/ou bénévole**

Citez uniquement les expériences professionnelles (durée cumulée de trois ans à plein temps ou son équivalent à temps partiel) en lien avec le programme du diplôme visé.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Période** | **Temps plein ou partiel** | **Entreprise / Organisation** | **Fonction**  | **Principales activités ou missions** | **Annexe** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

1. **Compétences professionnelles acquises**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Parcours** | **Compétences acquises** | **Code** | **Annexe** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

1. **Compétences acquises en relation avec un bénévolat**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Parcours**  | **Compétences acquises** | **Code** | **Annexe** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

1. **Compétences acquises formation continue**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Parcours** | **Compétences acquises** | **Code** | **Annexe** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

1. **Relation des compétences acquises et programme d’études BTS**

Techniques et outils de Marketing

|  |  |
| --- | --- |
| **Communication média et hors-média** | **Code** |
| Définitions |  |
| Les différents niveaux de communication  |  |
| L’agence de publicité, ses différents départements et les régies publicitaires |  |
| Les différentes formes de publicité : média et hors-média |  |
| Les médias de masse |  |
| Elaboration d’une stratégie de communication  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Introduction au marketing** | **Code** |
| Introduction : Découvrir le marketing, définition, rôle, acteurs, composante |  |
| La démarche marketing |  |
| Marketing d’études |  |
| L’analyse des acteurs |  |
| Etablir un diagnostic marketing |  |
| La formulation des objectifs |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Statistiques** | Code |
| **Séries statistiques simples :** |  |
| Observation et présentation des séries |  |
| Tableaux et graphiques |  |
| Paramètres de position |  |
| Paramètres de dispersion |  |
| **Séries statistiques doubles :** |  |
| Étude de corrélation |  |
| **Séries chronologiques :** |  |
| Observation et présentation des résultats |  |
| Estimation de la tendance, des indices saisonniers, des variations cycliques et irrégulières |  |
| Prévisions |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Techniques de présentation et de communication** | Code |
| Savoir se présenter en public et sur internet |  |
| La présentation d'un exposé oral avec Powerpoint |  |
| Comment mener un brainstorming de manière efficace |  |
| La conduite de réunion et le travail de groupe |  |
| La communication verbale et non verbale |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Communication digitale** |  |
| Site web |  |
| Référencement |  |
| Emailing |  |
| Réseaux sociaux |  |
| Marketing mobile |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Études de marché 1** | Code |
| **Analyse des marchés et de leurs acteurs :** |  |
| Typologie et classification |  |
| Marchés de l’entreprise (partenaires et environnements) |  |
| Analyse de l’offre |  |
| Analyse de la demande et la prévision des ventes |  |
| **Introduction aux études de marché :** |  |
| Objet et fonctions |  |
| Besoins en informations |  |
| Sources d’informations |  |
| Choix d’une démarche d’étude |  |
| Différents types d’enquêtes |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Études de marché 2** | **Code** |
| **Études qualitatives :** |  |
| Objectifs, spécificités et démarches |  |
| Techniques d’études qualitatives classiques (entretien individuel, réunion de groupe) |  |
| **Études quantitatives :** |  |
| Détermination de l’échantillon |  |
| Élaboration du questionnaire |  |
| Méthodes d’enquêtes |  |
| Exploitation des résultats |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Force de vente** | **Code** |
| L’évolution du contexte économique et adaptation des entreprises |  |
| Le contact avec le client |  |
| Les principales qualités requises d’un vendeur |  |
| La psychologie du client |  |
| Les techniques de questionnement, d’écoute et de silence |  |
| Les 4 « C » de la vente |  |
| Objections et réclamations |  |
| L’art de conclure un entretien |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Marketing stratégique et marketing opérationnel** | **Code** |
| Segmentation et ciblage |  |
| Le positionnement |  |
| La politique de produit/service |  |
| La politique de prix |  |
| La politique de distribution (techniques, circuit et méthodes) |  |
| La politique de communication |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Création d'entreprise et plan d'affaire** | **Code** |
| La création d’entreprise au Grand-Duché : le contexte économique et juridique |  |
| L’itinéraire du créateur |  |
| Le plan d’affaires |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Politiques, stratégies et tactiques du marketing** | **Code** |
| Analyse de l’entreprise |  |
| Application de la théorie à des exemples du secteur des services |  |
| Les clients |  |
| Le marché |  |
| Les produits |  |
| Planification de la stratégie compte tenu de l’environnement concurrentiel |  |
| Application de la théorie à des exemples du secteur de la production et du secteur non marchand |  |
| Mise en œuvre des différentes stratégies : produit, prix, place et promotion |  |
| Contrôle et adaptation de la stratégie |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tactiques et stratégies de communication** | Code |
| Marketing social |  |
| Développement d'une campagne de communication |  |

Commerce Internationale, Économie et Droit

|  |  |
| --- | --- |
| **Economie générale et actualité économique 1** | **Code** |
| **PARTIE I : LES FONDEMENTS DE L’ÉCONOMIE :** |
| Principaux courants de pensée économique |  |
| Agents économiques et leurs opérations |  |
| Circuit économique |  |
| **PARTIE II : LES FONCTIONS ÉCONOMIQUES :** |
| Production |  |
| Répartition |  |
| Consommation et l’épargne |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Économie générale et actualité économique 2** | **Code** |
| **PARTIE III : LE FINANCEMENT DE L’ÉCONOMIE :** |
| Monnaie et sa création |  |
| Inflation et ses conséquences |  |
| Marché des capitaux et la bourse |  |
| **PARTIE IV : LA RÉGULATION DE L’ÉCONOMIE :** |
| **Régulation par le marché :** |
| Formation du prix d’équilibre |  |
| Limites de la régulation par le marché |  |
| **Régulation par l’État :** |
| Objectifs de l’intervention de l’État |  |
| Politiques économiques |  |
| Limites de la régulation par l’État |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Économie générale et actualité économique 3** | **Code** |
| **PARTIE V: LES FONDEMENTS DES ÉCHANGES INTERNATIONAUX :** |
| Fondements du libre-échange |  |
| Théories classiques des échanges |  |
| Nouvelles théories des échanges |  |
| Protectionnisme |  |
| **PARTIE VI : LA MESURE DES ÉCHANGES INTERNATIONAUX :** |
| Balance des paiements |  |
| Évolution du commerce international |  |
| Globalisation financière |  |
| **PARTIE VII : LA RÉGULATION DU COMMERCE INTERNATIONAL :** |
| Organisation mondiale du commerce |  |
| Intégration économique régionale |  |
| **PARTIE VIII : LE MARCHÉ DES CHANGES :** |
| Marché des changes et SMI |  |
| Régimes de change |  |
| Évolution de la valeur des monnaies |  |
| Politiques de change |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Introduction générale au droit** | **Code** |
| **Généralités :** |
| Définition du droit |  |
| Les divisions du droit |  |
| Les sources du droit |  |
| **Initiation au droit civil :** |
| Définition et objet |  |
| Les contrats et les obligations |  |
| L’organisation judiciaire |  |
| **Initiation au droit commercial :** |
| Définition et objet |  |
| Le commerçant et les actes de commerce |  |
| Les sociétés commerciales |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Techniques du commerce international 1** | **Code** |
| Exemples d’entreprises nationales du commerce extérieur (Cas concrets d’entreprises ayant leur centre d’intérêt économique au Luxembourg) |  |
| Aperçu statistique du commerce extérieur au Luxembourg |  |
| Indicateurs du Commerce International  |  |
| Vocabulaire et Glossaire du Commerce International |  |
| Approche macroéconomique du Commerce Extérieur : Cas pratique du Gr-D. de Luxembourg |  |
| Synthèse et Conclusion |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Techniques du commerce international 2** | **Code** |
| Les incoterms |  |
| L’influence des incoterms sur l’offre des prix |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Techniques du commerce international 3** | **Code** |
| Les Incoterms : Répartition des coûts et des risques  |  |
| **Les transports internationaux** : |
| Le transport maritime  |  |
| Le Transport Aérien |  |
| Le Transport Ferroviaire  |  |
| **L’Administration des Douanes et Accises et la déclaration en douane :** |
| La destination douanière |  |
| La Réalisation des Opérations de Dédouanement |  |
| **Les sécurités de paiement à l’international :** |
| Les instruments de paiement traditionnels |  |
| La lettre de crédit stand-by |  |
| La remise documentaire |  |
| Le contre-remboursement |  |
| L’assurance-crédit |  |
| Les risques de change et les moyens de couverture des risques de change  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Droit d'établissement et droit du travail | **Code** |
| DROIT D’ÉTABLISSEMENT |
| Généralités  |  |
| **Création d’entreprise :** |
| Autorisation d’établissement |  |
| Autres démarches administratives |  |
| Projet pratique : « Création d’entreprise » |  |
| DROIT DU TRAVAIL |
| Généralités  |  |
| **Contrat de travail :** |
| Conditions de validité (fond et forme) |  |
| Effets du contrat |  |
| Fin du contrat (licenciement, démission, etc.) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Droit de la consommation et droit de la concurrence** | **Code** |
| **DROIT DE LA CONSOMMATION :** |  |
| Généralités, définitions et législation applicable  |  |
| **Informations des consommateurs et pratiques commerciales déloyales :** |
| Information des consommateurs |  |
| Pratiques commerciales déloyales |  |
| **Contrats conclus avec les consommateurs :** |  |
| Conditions générales et garanties |  |
| Contrats particuliers |  |
| **Mise en œuvre du droit de la consommation :** |
| Organes consultatifs et compétents |  |
| Actions en cessation |  |
| **DROIT DE LA CONCURRENCE** |  |
| Généralités, définitions et législation applicable  |  |
| **Concurrence et pratiques commerciales :** |
| Pratiques commerciales |  |
| Abus de concurrence |  |
| Sanctions: Action en cessation et pénalités |  |
| **Concurrence et marché :** |
| Liberté des prix |  |
| Interdiction des ententes et des abus de position dominante |  |
| Le conseil de la concurrence |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Pratique du commerce international** | **Code** |
| Le transport maritime : principes de tarification |  |
| Le transport aérien : principes de tarification |  |
| Le transport ferroviaire : principes de tarification |  |
| Exercices |  |
| Cas pratiques d’opérations douanières :  |  |
| Cas pratiques sur les techniques de paiement à l’international |  |
| Cas pratiques sur les moyens de couverture des risques de change à l’international |  |
| Exercices de synthèse. |  |

Techniques et outils de gestion

|  |  |
| --- | --- |
| **Cadre fiscal et comptable luxembourgeois** | **Code** |
| Principaux impôts luxembourgeois (IRPP, IRC, TVA) |  |
| Impôt sur le revenu des personnes physiques |  |
| Impôt sur le revenu des collectivités |  |
| TVA |  |
| Principaux impôts luxembourgeois |  |
| Introduction à la comptabilité financière |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Gestion de projet** | **Code** |
| **Introduction à la gestion de projet :** |
| Cahier des charges du projet |  |
| Intervenants au projet |  |
| Notion de gestion de projet |  |
| Activités de la gestion de projet |  |
| Séquencement des tâches et les graphes PERT |  |
| Organisation des tâches et les diagrammes de GANTT |  |
| **Mise en œuvre pratique de la gestion de projet en BTS :** |
| Contexte du projet |  |
| Documentation du projet |  |
| Définition du projet |  |
| Pilotage du projet |  |
| Finalisation du projet |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Technologies de l'information et de la communication 1 | **Code** |
| **Outils et techniques usuels :** |
| Infrastructure technique, réseau, droits d’accès, |  |
| Fonctions de base de logiciels de type dessin et image, organigrammes, mindmap, |  |
| Compression et transfert de fichiers, |  |
| Applications portables, |  |
| Récupération de données effacées ou perdues, |  |
| Techniques de recherche avancées sur Internet, |  |
| Sécurité, gestion des mots de passe, certificats électroniques, etc. |  |
| **Présentation assistée par ordinateur :** |
| Principes de base de la conception d’une présentation sur ordinateur |  |
| **Fonctions avancées d’un traitement de texte :** |
| Mode plan, styles, contrôle d’orthographe, césure, en-tête et pied de page, notes de base de page, index, table des matières, numérotation, tableaux |  |
| Publipostage, intégration de données provenant d’autres applications |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Technologies de l'information et de la communication 2 | **Code** |
| **Fonctions avancées d’un tableur :** |
| Fonctions et formules, mode d’adressage, conception de tableaux structurés, mise en forme des données, mise en forme conditionnelle, la validation des données |  |
| Création de graphiques, manipulation de données sous forme de listes (tris, filtres, sous-totaux et tableaux croisés dynamiques) |  |
| Protection de données |  |
| Solveur, scénarios |  |
| **Sites internet :** |
| Création d’un site Internet intégrant des éléments de base |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Technologies de l'information et de la communication 3 | **Code** |
| **Principes de base de la conception d’une base de données :** |
| Création de tables et des relations liant les tables entre elles |  |
| Saisie de données formatées, validées |  |
| Utilisation de contrôles |  |
| Création de requêtes mono‐table, multi‐tables |  |
| Établissement de formulaires et d’états imprimés simples |  |
| Intégration des différents éléments dans un menu |  |
| **Fonctions évoluées d’un système de gestion de base de données :** |
| Les sous-formulaires |  |
| Les sous-rapports |  |
| Les macros |  |
| Navigation par macros |  |
| Création et mise en place d’une application complexe  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Analyse des comptes annuels et calcul des coûts** | **Code** |
| **Lecture et analyse des comptes annuels** : |
| Bilan |  |
| Le compte de Résultat  |  |
| **Introduction à la comptabilité analytique :** |
| Calcul des coûts  |  |
| Calcul du seuil de rentabilité |  |
| Calcul de marges et de prix de vente final |  |
| Eléments de gestion prévisionnelle et budgétaire  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Technologies multimédia** | **Code** |
| Concepts de base d’une image digitale |  |
| Images sous-exposées, surexposées, comment les récupérer ? |  |
| Outils de sélection |  |
| Utilisation de calques, masques de calques |  |
| Détourage d’objets complexes |  |
| Trucage d’images |  |
| Photomontage |  |
| Conception d’un scénario |  |
| Tournage |  |
| Montage |  |
| Sonorisation |  |
| Ajoute d’une voix off |  |
| Edition (DVD, site web) |  |
| Images sous-exposées, surexposées, comment les récupérer ? |  |
| Édition (DVD, site web) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Mathématiques financières** | **Code** |
| Intérêts simples |  |
| Intérêts composés |  |
| Capitalisation-Actualisation |  |
| Emprunts indivis - Annuités |  |
| Choix d’investissement |  |
| Choix de financement |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Publication assistée par ordinateur** | **Code** |
| Gestion du document |  |
| Différents types de blocs |  |
| Mise en page (caractères, paragraphes, colonnes, justification, césure, encombrement, superposition, liens entres blocs, cadrage, couleurs, habillage, feuilles de styles) |  |
| Les maquettes,  |  |
| Documents à plusieurs pages, dépliants, livres |  |
| Listes (p.ex. table des matières) |  |

 Langues

|  |  |
| --- | --- |
| **Anglais – Advanced** | **Code** |
| Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts |  |
| Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning…etc. |  |
| Using language accurately in relation to organization, register, vocabulary and expressions appropriate to writing; with particular reference to business-related topics |  |
| Using advanced-level grammatical structures in both spoken and written productions |  |
| Understanding and analyzing of key points in listening passages |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Anglais - Intermediate** | **Code** |
| Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts |  |
| Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning…etc. |  |
| Using language accurately in relation to organization, register, vocabulary and expressions appropriate to writing; with particular reference to business-related topics |  |
| Using intermediate-level grammatical structures in both spoken and written productions |  |
| Understanding and analyzing of key points in listening passage |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Anglais - Lower Intermediate** | **Code** |
| Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts |  |
| Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning…etc. |  |
| Using language accurately in relation to organization, register, vocabulary and expressions appropriate to writing; with particular reference to business-related topics |  |
| Using lower-intermediate-level grammatical structures in both spoken and written productions |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Anglais - Upper Intermediate** | **Code** |
| Understanding, analyzing and discussing topic-based reading texts |  |
| Communicating effectively by speaking fluently in a variety of contexts such as interviews, meetings, presentations, telephoning…etc. |  |
| Using language accurately in relation to organization, register, vocabulary and expressions appropriate to writing; with particular reference to business-related topics |  |
| Using upper-intermediate-level grammatical structures in both spoken and written productions |  |
| Understanding and analyzing of key points in listening passages |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Français 1** | **Code** |
| Développer une réponse critique argumentée à un ensemble d’interrogations qui portent sur l’actualité sociale, politique et économique |  |
| Développer la capacité de porter un jugement en fonction d’arguments préexistants |  |
| Citer et d’intégrer des opinions tirées de documents, manuels, etc. |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Français 2** | **Code** |
| Déceler quel est le message, l'idée directrice, la finalité du texte |  |
| Comprendre comment est structuré et comment structurer un texte |  |
| Reformuler les idées d'un texte avec ses propres mots en soignant l'orthographe et la grammaire |  |
| Analyser un document de manière structurée et réfléchie, en tenant compte de son contexte |  |
| Appliquer les règles grammaticales d'usage |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Français 3** | **Code** |
| Mettre en évidence les divers aspects d'un problème en se fondant uniquement sur le dossier à étudier |  |
| Reformuler les informations contenues dans les documents, sans trahir la pensée des auteurs |  |
| Faire preuve d'objectivité |  |
| Mettre en évidence une argumentation et les structures du raisonnement |  |
| Synthétiser |  |
| Analyser |  |
| Confronter les idées de chacun des documents |  |
| Ordonner les idées maîtresses et les argumentations tirées de cette confrontation |  |
| Rédiger en reformulant |  |
| Être en mesure de s'exprimer dans un style personnel sans reprendre les mots et expressions du texte d'origine |  |
| Faire preuve de concision et d'esprit de méthode |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Déclaration sur l’honneur**Par ma signature dont l’apposition ci-dessous est obligatoire, je soussigné(e) confirme :* Avoir complété de manière véridique le présent formulaire et être conscient que, dans le cas contraire, ma demande en validation des acquis de l’expérience sera annulée
* Avoir pris bonne note qu’une demande incomplète ne sera pas prise en considération
* Avoir pris bonne note que les communications du lycée me parviendront à l’adresse permanente indiquée par mes soins
* Avoir pris bonne note qu’en cas d’acceptation de ma demande, je serai inscrit(e) à l’établissement scolaire et des frais d’inscription me seront demandés

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Date** |  | **Signature**  |

 |