

Mention : Communication, Stratégie Internationale et Interculturalité - Spécialité : Commerce International -

RNCP21552 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	312
Code(s) ROME	M1707, M1704, D1406, M1701, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/10/2019

Certificateur(s)

Ministère chargé de l'enseignement supérieur

Université Blaise Pascal - Clermont-Ferrand 2

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

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Parcours : "Compétitivité des entreprises" et "Développement d'affaires commerciales"

Le diplômé peut prétendre à des emplois variés dans le domaine du commerce international comportant les activités suivantes :

Elaborer et mettre en place la stratégie commerciale (nationale ou internationale) de l'entreprise.

Déterminer les objectifs de stratégie de vente d'un secteur géographique.

Développer le portefeuille de clients de l'entreprise.

Réaliser le suivi des grands comptes de l'entreprise.

Elaborer et suivre le budget des actions commerciales.

Négocier des contrats commerciaux.

Mener une réflexion stratégique globale, depuis le diagnostic jusqu'à la mise en place du plan d'actions.

Toutes ces activités peuvent se dérouler sur les marchés nationaux, européens et internationaux. Une différence sera faite plus loin en fonction du parcours de la spécialité suivi par l'étudiant.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences visées par la mention « Communication, stratégie internationale et interculturalité » :

- Établir des priorités, gérer son temps
- Elaborer un projet personnel de formation
- S'intégrer dans un milieu professionnel : identifier les personnes ressources et les diverses fonctions d'une organisation, se situer dans un environnement hiérarchique et fonctionnel
- Gérer des projets en autonomie : comprendre leurs objectifs et leur contexte, les réaliser
- Réaliser une étude : poser une problématique ; construire et développer une argumentation ; interpréter les résultats ; élaborer une synthèse ; proposer des prolongements
- Concevoir et piloter des études qualitatives et quantitatives à vocation décisionnelle
- Travailler en équipe : s'intégrer, se positionner, collaborer, gérer les conflits.
- Coordonner l'activité d'une équipe interne et/ou externe (prestataires de services)

- Communiquer avec des interlocuteurs de cultures différentes dans au moins deux langues étrangères, dont l'anglais
- Gérer et travailler avec une équipe internationale : appréhender les mécanismes de la culture, résoudre les sources de conflits interculturels, négocier
- Gérer un budget commercial, de communication, de documentation

Compétences visées par le parcours « Compétitivité des entreprises » de la spécialité « Commerce International » :

Compétences managériales :

Prospecter les marchés étrangers et évaluer la demande potentielle des clients cibles.

Conseiller les entreprises lors de la prise de décisions stratégiques en développement international.

Analyser les paramètres qui influencent les décisions d'import-export (INCOTERMS, Taux de change, risque pays, proximité ou distance culturelles, etc.).

Identifier les menaces et opportunités de l'environnement et les forces et faiblesses de l'entreprise.

Appréhender la segmentation stratégique afin d'identifier les facteurs clés de succès de chaque DAS.

Analyser le portefeuille d'activités d'une entreprise et proposer des choix stratégiques adaptés.

Analyser les limites et avantages des différentes stratégies de développement des entreprises dans un contexte mondialisé.

Concevoir et mettre en place des outils d'aide à la décision au service de la stratégie globale de l'entreprise.

Compétences techniques :

Analyser des informations, les interpréter et les synthétiser.

Réaliser des simulations et prévisions afin d'en tirer des enseignements opérationnels.

Manipuler des données à l'aide d'outils informatiques (le logiciel Mondial Manager), et élaborer des stratégies d'import export.

Traiter des études de cas de stratégie et faire des propositions de développement dans un contexte donné.

Communiquer en anglais, en français, et dans une troisième langue, d'une manière adaptée au contexte culturel du marché.

Compétences visées par le parcours « Développement d'affaires commerciales » de la spécialité « Commerce International » :

Compétences managériales :

Développer l'activité commerciale de l'entreprise à l'international.

Superviser et coordonner la gestion des contrats de vente depuis la réception des commandes jusqu'à la livraison des produits chez le client.

Optimiser le portefeuille de clients de l'entreprise dans un secteur géographique.

Organiser et suivre l'activité de l'équipe de vente d'un secteur géographique.

Coordonner des équipes de commerciaux.

Concevoir, organiser et mettre en œuvre des campagnes de promotion des ventes sur un secteur géographique.

Compétences techniques :

Maîtriser les techniques du commerce international (fonction achat et fonction vente).

Répondre à des procédures d'appel d'offres.

Etablir un cahier des charges.

Utiliser des outils de planification.

Négocier des contrats en trois langues (français, anglais et seconde langue étrangère de l'étudiant).

Maîtriser les outils bureautiques et de mise en page (traitement de texte, tableau, gestion de base de données, traitement de questionnaires, etc.).

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs d'activité sont accessibles aux étudiants dans la mesure où les compétences commerciales acquises peuvent être déployées dans tous.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Parcours 1 : Compétitivité des entreprises

- Assistant import-export
- Responsable d'un portefeuille de clients

- Cadre financier import-export
- Prospecteur-vendeur
- Responsable marketing international

Parcours 2 : Développement d'affaires commerciales

- Directeur commercial international
- Responsable de zone export
- Responsable secteur des ventes
- Responsable de la promotion des ventes d'un secteur géographique.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 113 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	11 462
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Le jury est composé du responsable de la mention et d'enseignants permanents de l'UFR représentatifs des UE proposées chaque semestre.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/10/2019

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Site de l'Université Blaise Pascal

Site de l'UFR Langues Appliquées, Commerce, Communication

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/21552/>