

Manager d'affaires internationales

RNCP34760 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310
Formacode(s)	34254, 32006
Code(s) ROME	M1102, M1703, H1102, M1402, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2022

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR CONSULAIRE GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT · SIRET : 81738914100018

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
Singapore Institute of Management Pte Ltd (SIM)	—	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager d'affaires internationales (MAI) occupe une fonction clé pour les entreprises et les organisations de tailles variées, qui ont une dimension internationale. Il intervient essentiellement en aval au niveau de leurs marchés et parfois en amont - au niveau du processus d'approvisionnement et/ou de production. Dans tous les cas, il a une vision globale des processus et de l'organisation nécessaires pour développer un nouveau marché, une nouvelle activité. Sa fonction le conduit ainsi à prendre en charge des activités relevant d'objectifs stratégiques, que celles-ci soient orientées marketing, commercial ou développement de nouveaux marchés notamment. Il exerce sa fonction dans des postes de gestion intermédiaire. Il est généralement amené à envisager des postes de direction à proprement parler dans des échéances assez rapides (au-delà de 5 ans d'exercice), et ce notamment dans des structures plus restreintes (PME, PMI, ETI...). S'il est primo-accédant à l'emploi, il débute souvent avec des postes de type moins qualifiés en termes de responsabilités et de périmètre d'activités.

Le MAI détient deux expertises fortes : l'une portant sur la conduite des opérations à l'international (bloc A1), l'autre consistant à déployer des projets et à œuvrer en mode projet à l'international (bloc A2).

Conscient des contraintes stratégiques et opérationnelles qu'implique le développement de nouveaux marchés à l'international, il mobilise une compréhension générale de l'entreprise et de l'organisation. Sa maîtrise des opérations l'amène à spécifier et mettre en œuvre des processus organisationnels adéquats (bloc A1), à implémenter des méthodes et process visant l'amélioration continue et l'atteinte de performances.

Le contexte international renchérit les enjeux pour le MAI de nouer des partenariats et d'en apprécier la pertinence notamment en termes de qualité, de performance et d'image.

Le MAI est amené à conduire des projets en contexte international (bloc A2). Pour cela, il détermine les ressources nécessaires (internes et externes) en fonction de l'objectif poursuivi et du cahier des charges associé. Il mobilise les

outils de gestion de projet ad hoc comme les outils collaboratifs distanciels. Il effectue un suivi régulier de la conduite du projet au travers des indicateurs définis et réalise ou fait réaliser les ajustements nécessaires. Il encadre ou gère fonctionnellement l'équipe en charge du projet, en tenant compte de la multiculturalité des collaborateurs.

Le MAI a sous sa responsabilité un périmètre d'activités géré en mode projet ou non, pour lesquelles il doit gager des performances visées et obtenues. Pour cela, il établit ou fait établir des budgets et en assure le suivi. Il apprécie les risques financiers et légaux et vise à l'atténuation de la volatilité fiscale et monétaire inhérente aux opérations commerciales mondiales. Son analyse mobilise une connaissance appliquée des cadres financiers et des implications juridiques des environnements internationaux complexes. Il effectue les reportings financiers auprès des parties prenantes internes et externes, notamment sa direction (Bloc A3).

Le MAI intègre de manière systématique la gestion des activités qu'il a sous sa responsabilité dans la démarche marketing et commerciale de l'entreprise (Bloc A4). Sa connaissance des acteurs et fonctionnement du/des marchés sur le(s)quel(s) se positionne son entreprise l'amène à définir une stratégie et des moyens d'action marketing et commerciaux. Il fonde ses actions sur une connaissance approfondie des concepts, outils et méthodologies du marketing, sans omettre les processus technologiques (data management) désormais intimement liés à la fonction.

Étant donné le contexte international dans lequel il développe les activités et les affaires, le MAI est particulièrement vigilant à évaluer les éventuelles contraintes et nécessités d'adaptation des produits/services et/ou processus aux acteurs et marchés locaux.

Les différentes actions que mène le MAI sont empreintes d'une véritable sensibilité aux questions RSE, qu'elles soient durables, éthiques et sociétales et qu'elles interviennent au niveau décisionnel et organisationnel.

ACTIVITÉS VISÉES

Les activités visées sont les suivantes :

1. Conduite des opérations à l'international
2. Management de projet à l'international
3. Gestion budgétaire et rentabilité financière de l'activité en contexte international
4. Management marketing et commercial d'une activité à l'international

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Comprendre les liens et interdépendances stratégiques et opérationnels entre les fonctions transverses majeures (Opérations, Marketing/commercial, finance)
- En s'appuyant sur cette compréhension, conduire des opérations de dimension internationale en mobilisant les moyens et les outils adéquats, et en favorisant les liens entre les différentes fonctions
- Favoriser l'implémentation des méthodes, process et systèmes améliorant les performances opérationnelles (caractéristiques produits/services, coûts, délais...)
- Identifier les opportunités et contraintes relatives aux différentes options organisationnelles envisagées
- Arbitrer les choix d'organisation en matière de fournisseurs, d'organisation logistique et de distribution, selon les priorités de l'entreprise/organisation
- Gérer les situations à risques en mobilisant les processus et outils ad hoc (positionnant : probabilité, impact, visibilité) de type Méthode AMDEC
- Apprécier et analyser le contexte situationnel (y compris géopolitique) des opérations menées, en s'appuyant sur des informations issues de l'organisation elle-même ou de l'externe.

En étant attentif aux spécificités du contexte international :

- Définir les objectifs, évaluer et planifier les ressources humaines, techniques et budgétaires requises
- Identifier les parties prenantes et mener les actions d'information et de mobilisation des ressources nécessaires relevant de son périmètre
- Mobiliser à bon escient les outils technologiques collaboratifs pertinents pour mener à bien et faciliter la conduite du projet
- Accompagner l'équipe concernant ses caractéristiques multiculturelles dans les dimensions : résolution de problèmes, communication et reporting
- Suivre l'avancement du projet, des livrables et effectuer les ajustements utiles
- Développer des moyens et rituels propices à la mise en place d'une dynamique interculturelle et d'une éthique de travail
- Fluidifier les circuits d'information et de communication entre les équipes et les implantations internationales, en vue d'amoinrir les sources de tension/conflit
- Évaluer les tendances des marchés financiers – en particulier les taux de change – afin d'optimiser les recettes et les coûts de l'activité

- Intégrer dans son analyse et ses préconisations, la stratégie financière de l'entreprise et les choix d'investissements retenus
- Apprécier et gérer l'optimisation fiscale et légale de l'activité
- Elaborer des budgets et des plans financiers
- Arbitrer les opportunités et contraintes de marché versus celles liées aux opérations afin d'optimiser l'équilibre profitabilité/risque économique
- Effectuer des reportings économiques et financiers de l'activité auprès des parties prenantes internes et externes
- Définir le positionnement stratégique de l'entreprise (marque, produits, services) sur le périmètre international dont il a la charge
- Définir la stratégie marketing produits/services en évaluant l'intensité de leurs caractéristiques locales/globales
- Commercialiser les produits/services de l'entreprise ou de l'activité concernée, sur les marchés internationaux
- Mobiliser les techniques, outils et méthodes de management des données pour l'analyse de marché
- Déterminer la stratégie prix et distribution compte tenu des arbitrages stratégiques et d'estimation budgétaire retenus
- Définir la stratégie de communication (marque-produits-services) adaptée aux caractéristiques économiques et culturelles des pays ciblés
- Mener des négociations en tenant compte des spécificités culturelles des interlocuteurs impliqués

Blocs de compétences

RNCP34760BC01 — Conduite des opérations à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

A1C1. Comprendre les liens et interdépendances stratégiques et opérationnels entre les fonctions transverses majeures

(Opérations, Marketing/commercial, finance)

A1C2. En s'appuyant sur cette compréhension, conduire des opérations de dimension internationale en mobilisant les moyens et les outils adéquats, et en favorisant les liens entre les différentes fonctions

A1C3. Favoriser l'implémentation des méthodes, process et systèmes améliorant les performances opérationnelles (caractéristiques

produits/services, coûts, délais...)

A1C4. Identifier les opportunités et contraintes

relatives aux différentes options organisationnelles envisagées

A1C5. Arbitrer les choix d'organisation en

matière de fournisseurs, d'organisation logistique et de distribution, selon les priorités de l'entreprise/organisation

A1C6. Gérer les situations à risques en

mobilisant les processus et outils ad hoc (positionnant : probabilité, impact, visibilité) de type Méthode AMDEC

A1C7. Apprécier et analyser le contexte

situationnel (y compris géopolitique) des opérations menées, en s'appuyant sur des informations issues de l'organisation elle-même ou de l'externe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude(s) de cas (C2-C4-C5-C6-C7) basée(s) sur une situation réelle ou fictive d'un projet entrepreneurial intégrant une déclinaison stratégique (Business Plan) s'appuyant sur un "business model", la définition d'un modèle d'approvisionnement et/ou de distribution, une analyse de risque, le pitch de soutenance du projet devant des investisseurs/la direction.

RNCP34760BC02 — Management de projet à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

En étant attentif aux spécificités du contexte international,

A2C1. Définir les objectifs, évaluer et planifier les ressources humaines, techniques et budgétaires requises

A2C2. Identifier les parties prenantes et mener les actions d'information et de mobilisation des ressources nécessaires relevant de son périmètre

A2C3. Mobiliser à bon escient les outils technologiques collaboratifs pertinents pour mener à bien et faciliter la conduite du projet

- A2C4. Accompagner l'équipe concernant ses caractéristiques multiculturelles dans les dimensions : résolution de problèmes, communication et reporting
- A2C5. Suivre l'avancement du projet, des livrables et effectuer les ajustements utiles
- A2C6. Développer des moyens et rituels propices à la mise en place d'une dynamique interculturelle et d'une éthique de travail
- A2C7. Fluidifier les circuits d'information et de communication entre les équipes et les implantations internationales, en vue d'amoindrir les sources de tension/conflit

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1. Etude(s) de cas (C1-C2-C3-C5) basée(s) sur une situation réelle ou fictive de gestion de projet ET/OU de conception de projet de dimension internationale, mobilisant les outils de planification (Gantt) et de suivi, les analyses de coûts et budgétaires, les indicateurs de performance, les outils et méthodes de revue de projet (PERT, PRT...) et les outils technologiques collaboratifs
2. Analyse de situation éventuellement par le biais d'un journal d'apprentissage (C4-C6) (sur la base de cas réels ou fictifs) sur des phénomènes organisationnels multiculturels
3. Étude de cas et/ou analyse de situation de gestion d'individus en contexte international (C7) - réelle ou fictive - d'enjeux de communication et de résolution de conflits en contexte interculturel

RNCP34760BC03 — Gestion budgétaire et rentabilité financière de l'activité en contexte international

LISTE DE COMPÉTENCES

- A3C1. Évaluer les tendances des marchés financiers – en particulier les taux de change – afin d'optimiser les recettes et les coûts de l'activité
- A3C2. Intégrer dans son analyse et ses préconisations, la stratégie financière de l'entreprise et les choix d'investissements retenus.
- A3C3. Apprécier et gérer l'optimisation fiscale et légale de l'activité
- A3C4. Élaborer des budgets et des plans financiers
- A3C5. Arbitrer les opportunités et contraintes de marché versus celles liées aux opérations afin d'optimiser l'équilibre profitabilité/risque économique
- A3C6. Effectuer des reportings économiques et financiers de l'activité auprès des parties prenantes internes et externes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Plan financier complet d'un projet d'affaire internationale, basé sur une situation réelle ou fictive, intégrant la déclinaison budgétaire et financière d'un positionnement stratégique et marketing, une évaluation budgétaire des coûts, une analyse des recettes et de la rentabilité selon les scénarios envisagés, une estimation des risques liés aux tendances financières globales et des taux de change, une analyse de l'optimisation fiscale et légale de l'activité

RNCP34760BC04 — Management marketing et commercial d'une activité à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

- A4C1. Définir le positionnement stratégique de l'entreprise (marque, produits, services) sur le périmètre international dont il a la charge
- A4C2. Définir la stratégie marketing produits/services en évaluant l'intensité de leurs caractéristiques locales/globales
- A4C3. Commercialiser les produits/services de l'entreprise ou de l'activité concernée, sur les marchés internationaux
- A4C4. Mobiliser les techniques, outils et méthodes de management des données pour l'analyse de marché
- A4C5. Déterminer la stratégie prix et distribution compte tenu des arbitrages stratégiques et d'estimation budgétaire retenus
- A4C6. Définir la stratégie de communication (marque-produits-services) adaptée aux caractéristiques économiques et culturelles des pays ciblés
- A4C7. Mener des négociations en tenant compte des spécificités culturelles des interlocuteurs impliqués.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1. Plan marketing et commercial d'une activité à l'international basé sur une situation réelle ou fictive, intégrant la définition de la stratégie marketing et commerciale et de son opérationnalisation, les modalités de mobilisation des outils de gestion des données
2. Conduite de négociation et/ou analyse de situation de négociation et/ou préparation d'une situation de négociation, en contexte international, dans une situation de contractualisation d'un marché (cas réel ou fictif)

3. Étude marketing en situation réelle ou fictive d'un produit ou service éthique/soutenable, incluant un plan de marché(s)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les secteurs d'activité sont très variés et sont relatifs à la fois à la fabrication de produits ou de services : télécommunications / IT, santé, énergie, conseil, transports, grande distribution, e-commerce, produits de grande consommation, luxe, médias, banques, assurances, immobilier. Les tailles des entreprises sont également diversifiées, de la PME à la très grosse structure. Elles sont majoritairement des entreprises internationales ou ayant une partie de leur activité tournée vers l'international.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Entre 0 et 5 ans d'activité professionnelle à la sortie du diplôme, les postes les plus couramment occupés, avec souvent un vocable « junior » attaché au poste, et dans tous types d'entreprises (GE, ETI, PME, etc) sont :

Dans l'analyse financière : analyste (financier), Business analyste / Operations analyst

Dans le développement commercial et marketing : Business development representative/specialist, Category manager, Chef de produits, Country manager, Account manager, Area Manager, Brand manager, Event Manager, Ingénieur d'affaires / business manager, Sales manager / executive / engineer, Marketing executive / specialist

Dans le domaine des achats : acheteur/ buyer, Supply chain manager / specialist

Dans l'ingénierie de projet : Risk analyst project manager, Chef de projet, Consultant junior

Après avoir atteint une certaine séniorité dans le poste, les fonctions sont les suivantes avec éventuellement un vocable « senior » attaché au poste :

Dans les grandes entreprises :

Dans l'analyse financière : finance and operations Manager/ Director, analyst Director

Dans le développement commercial et marketing : Chef de produit international, chef de groupe, product Manager, brand Manager, Responsable / Manager, Directeur de zone export, Business development Manager / Directeur développement international / Ingénieur d'affaires internationales / ingénieur conseil, Chargé de grands comptes internationaux (key account Manager), Directeur des affaires internationales,

Directeur marketing / Marketing Manager

Dans le domaine des achats : Operations manager / Director of operations, Directeur des achats / achats et supply chain, Purchasing Manager

Dans l'ingénierie de projet : Chef de projet international – international project Manager, Management consultant, Ingénieur conseil à l'international

Dans les ETI et PME-PMI : Responsable export / Export Manager, Ingénieur commercial export, Responsable administration des ventes export / sales administration -

management, Responsable de marché / Market Manager / Brand Manager / Directeur de marque, Consultant en développement international, Responsable d'études internationales

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)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 879 €

Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats · tension 5/5 (Très élevée) 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) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	57 002
Jugés difficiles à recruter	36 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) R1X68 — Employés des services commerciaux R2X80 — Attachés commerciaux R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Diplôme équivalent à un niveau Bachelor

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

Le jury est nommé par le Recteur d'Académie. Il est composé d'un président du jury appartenant à un corps d'enseignants chercheurs, professeur des universités ou maître de conférences, de personnels enseignants ou de personnalités qualifiées ayant contribué aux enseignements ou choisies en raison de leurs compétences, de personnalités extérieures à l'école.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	8 668 €
Selon la branche	7 500 € – 8 790 €
Prise en charge	Branches concernées
8 668 €	Valeur par défaut · 208 branches
8 790 €	CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 700 €	CPNEFP des jardineries et graineteries

8 583 €	CPNEFP Commerce à distance
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/08/2022

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	225	0	65 %	—
2017	287	0	79 %	77 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP24999

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP37252

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34760/>