

Diplôme en management international des affaires

RNCP34823 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34254
Code(s) ROME	D1406, M1703, M1705, M1302
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2021

Certificateur(s)

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

GROUPE SUP DE CO MONTPELLIER · SIRET : 79026124200016

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire de la certification développe une expertise commerciale et marketing transversale en milieu internationalisé lui permettant d'assurer le traitement de tout ou partie des problématiques de l'entreprise en relation avec son domaine d'expertise, en s'adaptant à sa taille, secteur et/ou à son industrie d'appartenance.

Au sein des grands groupes, le titulaire est placé sous l'autorité d'un chef de service ou d'un responsable de département. Le titulaire anime une équipe de collaborateurs, dont il accompagne et coordonne les activités. Il exerce sa profession dans le cadre des orientations stratégiques et des directives émanant de sa hiérarchie (N+1, N+2). Il est garant du bon fonctionnement de son équipe et impulse dynamique et climat favorable.

Il travaille régulièrement avec la force de vente de l'entreprise, pour la création d'événements ou de plans d'action spécifiques qui devront être soutenus et animés par celle-ci.

Dans l'environnement des TPE/PME/PMI, le titulaire de la certification est placé directement sous l'autorité d'un directeur. Il bénéficie ainsi d'une autonomie organisationnelle et décisionnelle et peut assumer des responsabilités et des missions variées. Il peut évoluer vers des fonctions de chef de service et éventuellement de directeur adjoint. En raison de sa polyvalence, le titulaire est particulièrement apprécié dans ce type d'entreprises, au sein desquelles le cloisonnement des activités et des responsabilités n'existe pas, ou très peu. Il est garant des équilibres budgétaires et de l'ensemble des moyens, notamment humains, qui lui sont confiés.

Son champ d'activité peut indifféremment l'amener à évoluer vers des fonctions de responsabilités dans le domaine du marketing et de la communication, dans le secteur purement commercial ou/et dans le développement international.

ACTIVITÉS VISÉES

Dans le cadre de leurs fonctions spécifiques marketing ou commerciales, les titulaires de la certification sont amenés à assurer les activités suivantes :

- Contribution à la définition de l'offre et au déploiement de la stratégie marketing
- Promotion de l'offre et développement commercial
- Pilotage opérationnel d'une structure ou d'une activité
- Management et animation d'équipe

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les compétences attestées par la certification sont identifiées dans 5 blocs de compétences

- Définir et ou déployer la stratégie marketing au niveau national ou international
- Promouvoir l'entreprise et son offre de produits ou services aux niveaux local, national et/ou international
- Développer les ventes et la relation clients aux niveaux local, national et/ou international
- Organiser et piloter son activité au niveau national et/ou international
- Animer, mobiliser et fédérer une équipe internationale et/ou multiculturelle

Blocs de compétences

RNCP34823BC01 — Définir et/ou déployer la stratégie marketing au niveau national ou international

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser une veille
marché/environnement interne et externe, juridique et réglementaire, technologique en tenant compte des spécificités géographiques
- Identifier et analyser des évolutions
de l'environnement, des risques, des tendances, des opportunités pour une organisation dans une zone géographique donnée
- Identifier et rechercher des
informations nécessaires à l'élaboration d'une matrice SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)
- Réaliser et/ou analyser des études
prospectives sur les évolutions technologiques et les nouvelles tendances en matière de comportement des consommateurs en tenant compte des spécificités géographiques
- Concevoir, réaliser ou superviser
l'organisation d'une enquête ou une étude de marché sur un plan national ou international
- Identifier des potentialités de
développement au niveau national ou international en termes de nouveaux segments de clientèle, nouveaux produits
- Identifier des potentialités de
développement de l'offre existante au niveau national ou international
- Définir le positionnement de son
produit ou service (prix, image, valeur ajoutée, place....) en fonction des zones géographiques ciblées
- Formaliser un plan d'action marketing adapté aux zones géographiques et caractéristiques géoculturelles des segments de clientèle ciblés

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Situations professionnelles problématisées
reconstituées :

- Etude de cas marketing : Elaboration d'un diagnostic marketing, Préconisations
- Etude de marché auprès de consommateurs
- Simulation d'une mise en place d'un plan d'action marketing

Situation professionnelle problématisée réelle :

- Mission de conseil : diagnostic marketing et préconisations en matière lancement de produit

RNCP34823BC02 — Promouvoir l'entreprise et son offre de produits ou services aux niveaux local, national et/ou international

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les actions à mettre en oeuvre pour atteindre les objectifs du plan marketing sur chacun de ses marchés
- Concevoir et mettre en oeuvre une campagne promotionnelle adaptée aux zones géographique ciblées pour un produit ou une gamme de produits
- Concevoir pour les marchés nationaux et
internationaux cibles des supports de promotion des produits
- Concevoir un

argumentaire produit adapté aux différents marchés

- Réaliser le bilan des actions marketing

sur chaque zone de marché afin d'identifier et mettre en place des actions d'optimisation de l'activité

- Identifier les vecteurs de

communication, sélectionner les canaux de distribution et déployer sa

présence en ligne pour développer son activité et améliorer son e-réputation

sur chacun de ses marchés nationaux et internationaux

- Définir un plan de communication en fonction de la stratégie commerciale en phase avec le positionnement identitaire de l'entreprise, son environnement concurrentiel et réglementaire, ses vecteurs de communication et ses canaux de distribution

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Situations professionnelles problématisées reconstituées :

- Etude de cas : proposition d'une politique de communication multicanal permettant de développer ou d'optimiser l'activité ou l'image de l'entreprise)
- Etude de cas portant sur l'e-réputation d'une entreprise : diagnostic, recommandations
- Etude de cas et mise en situation : présentation orale du plan de communication d'une entreprise

RNCP34823BC03 — Développer les ventes et la relation clients aux niveaux local, national et/ou international

LISTE DE COMPÉTENCES

- Déterminer les objectifs de vente d'un secteur en fonction de l'analyse des marchés nationaux ou internationaux
- Mettre en place des actions commerciales adaptées à la situation des zones géographiques ciblées
- Suivre les ventes sur chacun des marchés nationaux et internationaux ciblés
- Organiser les actions de prospection adaptées aux marchés nationaux et internationaux ciblés

Mener une négociation commerciale en

tenant compte des spécificités culturelles des zones géographiques ciblées

- Conclure des négociations complexes et/ou à fort enjeu
- Établir un contrat de vente conciliant les intérêts de l'entreprise, les principes d'éthique et en prenant en compte les contraintes juridiques, légales et culturelles des marchés nationaux et internationaux
- Organiser le suivi de la relation client en prenant en compte les spécificité culturelles et pratiques en vigueur sur les différents marchés
- Contribuer au développement des affaires grâce à des pratiques de recommandation, de lobbying et de réseautage en utilisant de nouveaux supports et média-numériques et en respectant l'éthique des affaires
- Assister techniquement l'équipe de vente dans la réalisation de leurs activités sur les différents marchés nationaux et internationaux
- Superviser une équipe de vente en conciliant l'adaptation aux spécificités culturelles et le souci de l'éthique et de l'intérêt de l'entreprise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Situations professionnelles problématisées reconstituées :

- Etude de cas : définition et construction d'un plan de développement commercial d'une entreprise en lien avec la stratégie marketing
- Jeu de rôle/simulation : préparation et conduite d'une négociation complexe ou à fort enjeu
- Etude de cas : élaboration d'un contrat commercial grand compte
- Etude de cas : organisation de l'activité CRM pour une entreprise
- Etude de cas : analyse des stratégies de réseautage et de lobbying de l'entreprise et préconisations d'optimisation
- Etude de cas : analyse de situation de management d'une équipe de commerciaux et préconisations en termes d'optimisation

RNCP34823BC04 — Organiser et piloter son activité au niveau national et/ou international

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir les moyens humain, financiers et opérationnels nécessaires à la réalisation de l'activité pour chacun des marchés nationaux ou internationaux ciblés
- Mettre en place les modes de fonctionnement internes et d'interaction externes en tenant compte des spécificités culturelles et les enjeux liés à la multiculturalité des parties prenantes
- Élaborer le budget nécessaire à la réalisation de ses activités
- Suivre la réalisation du budget et identifier les ajustements nécessaires
- Optimiser la gestion des coûts dans un objectif de performance globale
- Planifier et suivre l'avancement des activités dans un objectif de performance et de réalisation des objectifs stratégiques
- Définir et mettre en place des indicateurs de suivi et de performance
- Analyser les données d'activité de la structure et identifier des axes d'évolution
- Accompagner la mise en oeuvre des processus de gestion des ressources humaines dans le respect des législations sociales applicables à chaque contexte
- Evaluer ses collaborateurs et accompagner leur développement dans le respect des spécificités légales, culturelles et de l'éthique de l'entreprise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Situation professionnelle problématisée réelle:

- Mission de conseil : problématique d'entreprise nécessitant la gestion d'un projet

Situations professionnelles problématisées reconstituées :

- Etude de cas : analyse des éléments chiffrés/quantitatifs d'une entreprise, en tirer des conclusions et émettre des préconisations en matière de gestion de projet, présentation orale de préconisations ou solutions et plan d'organisation du projet
- Etude de cas : élaboration de fiche de poste ou d'objectifs
- Jeux de rôle : Entretien de recrutement, de cadrage, annuel d'évaluation, etc.

RNCP34823BC05 — Animer, mobiliser et fédérer une équipe internationale et/ou multiculturelle

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mettre en perspective les orientations stratégiques et leur déclinaison opérationnelle pour l'équipe afin de donner du sens à l'action
- Organiser la transversalité, la collaboration et le partage de bonnes pratiques au sein d'une équipe pour mobiliser l'intelligence organisationnelle
- Déterminer des objectifs collectifs et individuels, suivre et évaluer leur atteinte pour reconnaître la qualité des contributions et l'engagement des membres de l'équipe
- Identifier et mettre en œuvre les outils de motivation individuels et collectifs pour optimiser l'engagement des membres de l'équipe
- Organiser les délégations pour autonomiser et responsabiliser les membres d'une équipe
- Favoriser l'expression de chacun pour susciter la créativité et les capacités d'innovation
- Accompagner ses collaborateurs pour favoriser le développement des compétences individuelles et collectives de son équipe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Situations professionnelles problématisées reconstituées

- Etude de cas : proposition de solutions managériales face à une situation complexe d'entreprise ou une situation de responsabilisation, présentation orale
- Mise en situation professionnelle de résolution en équipe d'un enjeu managérial

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les titulaires de la certification exercent leur profession dans une grande diversité d'industries et de secteurs.

Les 6 secteurs suivant regroupent plus de la moitié des titulaires :

- Commerce/Distribution
- Société de conseil
- Institution financière/Banque/Assurance
- Informatique
- Service
- Energie

Ils exercent leurs activités dans d'autres secteurs tels que le secteur du luxe, du transport, du tourisme et loisir, de l'automobile, de l'aéronautique, et de l'industrie pharmaceutique ou chimique.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chargé d'affaires export, Chef de secteur des ventes, Responsable de ventes internationales, Responsable des ventes export, Chef de zone export, Chef de produit à l'international, Acheteur international, Chargé de projets marketing.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Sans objet

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)	11 770
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés 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, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

L'accès à la certification peut se faire selon les voies suivantes :

La formation initiale

La formation initiale se déroule sur 3 années dans le cadre du programme visé Bac+3 (Diplôme en Management International des Affaires) de MBS avec des possibilités d'intégration par concours pour chaque année du cursus. La dernière année du cursus est possible en alternance.

L'admission est ouverte :

- En 1^{ère} année pour les titulaires d'un Baccalauréat français (S, ES, L, STMG ...) ou Européen, ou d'un titre jugé équivalent par parcoursup;
- En 2^{ème} année pour les personnes titulaires ou susceptibles d'être titulaires, avant le 30 septembre de l'année du concours, de 60 crédits ECTS, ou d'un Bac+1, ou d'un titre jugé équivalent ;
- En 3^{ème} année pour les personnes titulaires ou susceptibles d'être titulaires, avant le 30 septembre de l'année du concours, de 120 crédits ECTS, d'un Bac+2, ou tout titre jugé équivalent ou encore issues de classes préparatoires et admissibles aux concours des Grandes Écoles.

La formation continue

L'accès à la certification en formation continue demande un niveau académique et une expérience professionnelle :

- Un prérequis académique : Le candidat à la certification doit être titulaire d'une certification de niveau III au minimum ou équivalent ou d'une certification de niveau IV avec 3 ans d'expérience professionnelle. Les candidatures ne présentant pas les caractéristiques académiques requises mais pouvant démontrer par leur parcours personnel et professionnel l'acquisition des compétences correspondant au niveau requis sont examinées au cas par cas par un jury exceptionnel de validation de l'admissibilité.
- Un prérequis professionnel :

Le candidat à la certification doit prouver d'une expérience professionnelle minimale de 1 an dans le champ de la certification pour que celle-ci accompagne l'évolution professionnelle du candidat dans son parcours.

Le processus d'admission repose sur les éléments suivants :

- Un dossier de candidature qui comprend un descriptif des prérequis ainsi que les motivations pour le projet d'évolution.
- Un entretien de sélection individuel comprenant un entretien de personnalité (mené selon une méthode pratiquée en entreprise, la méthode Hay Management) et un entretien de motivation centré sur le projet professionnel.

A l'issue d'une présélection sur dossier de candidature et de la validation des prérequis, chaque candidat est auditionné et évalué au cours d'un entretien individuel par un jury composé d'un enseignant du Groupe intervenant dans la certification et d'un autre enseignant ou d'une personnalité extérieure : intervenant professionnel au sein du programme, titulaire de la certification, personnel du Groupe ou professionnel des ressources humaines.

L'admission est décidée au regard des évaluations aux deux critères d'admission et du nombre de places ouvertes.

La VAE

La certification est accessible par la VAE. Le candidat doit apporter la preuve de l'acquisition, par leur expérience professionnelle, des compétences et connaissances nécessaires à obtenir la certification. Cette preuve doit se faire par la préparation d'un dossier de candidature puis d'un dossier de validation.

MBS a mis en place un dispositif d'accompagnement facultatif et payant pour les candidats qui souhaitent être conseillés lors de l'élaboration de leur dossier de validation. La demande d'accompagnement doit être adressée au responsable de la VAE au moment du retrait du dossier de validation.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

- Le Président (enseignant-chercheur),
- Le Vice-président (enseignant-chercheur),
- Le Secrétaire (représentant du recteur d'académie),
- Le directeur du DMIA,
- Le responsable des concours d'admission du DMIA,
- Le directeur des relations académiques internationales de MBS ou son directeur adjoint,
- Le directeur du CFA de MBS ou son représentant,
- Les représentants du corps enseignant du DMIA à raison d'un enseignant par département d'enseignement et de

recherche, désignés parmi les enseignants responsables de cours de dernière année d'études.

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

- Le Président,
- Le Vice-président,
- Le Secrétaire,
- Le directeur du DMIA,
- Le responsable des concours d'admission du DMIA,
- Le directeur des relations académiques internationales de MBS ou son directeur adjoint,
- Le directeur du CFA de MBS ou son représentant,
- Les représentants du corps enseignant du DMIA à raison d'un enseignant par département d'enseignement et de recherche, désignés parmi les enseignants responsables de cours de dernière année d'études.

COMPOSITION DU JURY — VAE

- Le Président,
- Le Vice-président,
- Le Secrétaire,
- Le directeur de MBS,
- Le directeur du DMIA,
- Le responsable de la validation des acquis de l'expérience du DMIA,
- Le directeur des relations académiques internationales de MBS ou son directeur adjoint,
- Le directeur du CFA de MBS ou son représentant,
- Deux représentants salariés qualifiés des métiers ciblés par le diplôme,
- Deux représentants employeurs qualifiés des métiers ciblés par le diplôme.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/08/2021

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	303	14	97 %	—
2018	204	14	97 %	100 %
2017	229	12	97 %	90 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP31965

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP35793

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.montpellier-bs.com/nos-programmes/bachelor/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34823/>