

Diplôme en management international

RNCP34949 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	313, 310, 312
Formacode(s)	34260, 32154
Code(s) ROME	D1401, D1402, M1703, C1206, M1101
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	30/08/2022

Certificateur(s)

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

ESC - FORCE OUEST · SIRET : 81263551400019

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire du diplôme visé sera capable de piloter les actions commerciales, dans une dimension internationale. Il est capable de gérer des fonctions d'encadrement d'une équipe commerciale internationale. Il participe à l'analyse des marchés, et à définir les plans de développement des ventes, en intégrant les composantes spécifiques du commerce international. Il sait mettre en œuvre les décisions de gestion et analyser leur impact financier à l'échelle d'une unité commerciale, dans un cadre réglementaire international.

ACTIVITÉS VISÉES

De façon générale, le titulaire de la certification peut être amené à exercer les activités suivantes :

1. Piloter la mise en œuvre d'une unité commerciale internationale dans le cadre de la stratégie marketing définie
2. Mettre en œuvre les décisions de gestion et analyser leur impact financier à l'échelle d'une unité commerciale internationale
3. Mettre en œuvre les règles juridiques applicables à une situation de gestion et identifier les risques associés
4. Piloter les ressources humaines de l'équipe commerciale en favorisant une mise en œuvre efficiente de la stratégie de l'entreprise.
5. Utiliser le système d'information de l'entreprise comme aide à la décision
6. Piloter des projets internationaux

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1. Piloter la mise en œuvre d'une unité commerciale internationale dans le cadre de la stratégie marketing définie
 - S'approprier la sémantique et les concepts marketing, en identifiant les acteurs et les règles qui régissent le marketing international
 - Maîtriser la démarche et les outils clés du marketing, en analysant les marchés et le comportement des consommateurs dans l'optique du développement international
 - Appréhender la notion de valeur en marketing, en intégrant les composantes spécifiques au marketing international
 - Transformer les variables opérationnelles du mix en création de valeur
 - Mettre en application les concepts de création de valeur
2. Mettre en œuvre les décisions de gestion et analyser leur impact financier à l'échelle d'une unité commerciale internationale
 - Développer des compétences dans le domaine de la comptabilité internationale et de la finance internationale pour

pouvoir analyser l'impact financier des décisions prises et ce pour assurer la pérennité et la performance de leur entreprise.

- Analyser et interpréter des états financiers dans le cadre des normes internationales
- Analyser les marchés des changes et des capitaux internationaux, en intégrant le management des risques et les aspects de régulation
- Intégrer les mécanismes bancaires et financiers de pays de cultures différentes
- Déterminer et interpréter des coûts de revient et des marges pour la prise de décision
- Analyser les processus budgétaires
- Concevoir des tableaux de bord et le suivi des indicateurs

3. Mettre en œuvre les règles juridiques internationales applicables à une situation de gestion et identifier les risques associés

- Connaître les contraintes juridiques internationales en allant de leur compréhension d'un point de vue théorique à leur interprétation d'un point de vue pratique.
- Mettre en œuvre les spécificités du droit commercial international, depuis la rédaction d'un contrat international jusqu'au conflit de droits internationaux
- Se familiariser avec les logiques de régulation qui sont désormais le propre de toute organisation, en étant placé dans une situation managériale qui requiert une analyse juridique
- Vérifier la légalité d'une situation après avoir identifié la règle juridique pertinente

4. Piloter les ressources humaines de l'équipe commerciale en favorisant une mise en œuvre efficiente de la stratégie de l'entreprise.

- Positionner sa contribution au cœur de l'articulation entre stratégie (Direction), stratégie RH (DRH) et management opérationnel (manager commercial, responsable de centre de profit)
- Manager son équipe
- Intégrer la diversité des équipes dans son management opérationnel
- Être efficient dans les activités de recrutement, d'évaluation et de développement des compétences de son équipe
- Adapter sa communication écrite et sa conduite de réunions au management à distance

5. Utiliser les SI de l'entreprise comme aide à la décision

- Développer des compétences nécessaires pour tirer le meilleur des potentialités des technologies de l'information afin de développer leur activité commerciale et garantir le positionnement concurrentiel international de leur entreprise.
- Utiliser les outils tels que l'ERP et le CRM (Customer Relationship Management) pour la gestion de la relation client à un niveau international

6. Piloter des projets internationaux

- Diagnostiquer les enjeux géopolitiques, économiques, réglementaires de l'environnement international
- Identifier les opportunités stratégiques offertes par l'environnement international de l'entreprise, pour élaborer une offre internationale
- Prendre des décisions dans le cadre d'une structure organisationnelle internationale
- Créer et mettre en œuvre un plan de prospection et de développement de nouveaux marchés internationaux, par la mise en œuvre des éléments d'un marketing-mix international
- Appliquer les mesures réglementaires des contrats à l'exportation
- Négocier des contrats à l'export
- Participer à des projets dans des équipes multiculturelles
- Maîtriser parfaitement la langue anglaise professionnelle, être capable de comprendre des échanges dans une autre langue internationale et avoir des notions de chinois

Blocs de compétences

RNCP34949BC01 — Piloter la mise en œuvre d'une unité commerciale internationale dans le cadre de la stratégie marketing définie

LISTE DE COMPÉTENCES

- S'approprier la sémantique et les concepts marketing, en identifiant les acteurs et les règles qui régissent le marketing international
- Maîtriser la démarche et les outils clés du marketing, en analysant les marchés et le comportement des consommateurs dans l'optique du développement international

- Appréhender la notion de valeur en marketing, en intégrant les composantes spécifiques au marketing international
- Transformer les variables opérationnelles du mix en création de valeur
- Mettre en application les concepts de création de valeur

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'études de cas, les apprenants identifient les acteurs du marketing, déterminent la démarche marketing d'une entreprise à dimension internationale.

Dans le cadre du rapport de stage de 1ère année, les apprenants analysent, en tenant compte de la dimension internationale : le marché de l'entreprise, son positionnement, ses concurrents et le comportement des consommateurs.

Dans le cadre d'études de cas, les apprenants identifient la création de valeur et déterminent un mix adapté à la stratégie.

RNCP34949BC02 — Mettre en œuvre les décisions de gestion et analyser leur impact financier à l'échelle d'une unité commerciale internationale

LISTE DE COMPÉTENCES

- Développer des compétences dans le domaine de la comptabilité internationale et de la finance internationale pour pouvoir analyser l'impact financier des décisions prises et ce pour assurer la pérennité et la performance de leur entreprise.
- Analyser et interpréter des états financiers dans le cadre des normes internationales.
- Analyser les marchés des changes et des capitaux internationaux, en intégrant le management des risques et les aspects de régulation.
- Intégrer les mécanismes bancaires et financiers de pays de cultures différentes.
- Déterminer et interpréter des coûts de revient et des marges pour la prise de décision.
- Analyser les processus budgétaires.
- Concevoir des tableaux de bord et le suivi des indicateurs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'études de cas, les apprenants identifient les acteurs du marketing, déterminent la démarche marketing d'une entreprise à dimension internationale.

Dans le cadre du rapport de stage de 1ère année, les apprenants analysent, en tenant compte de la dimension internationale : le marché de l'entreprise, son positionnement, ses concurrents et le comportement des consommateurs.

Dans le cadre d'études de cas, les apprenants identifient la création de valeur et déterminent un mix adapté à la stratégie.

RNCP34949BC03 — Mettre en œuvre les règles juridiques internationales applicables à une situation de gestion et identifier les risques associés

LISTE DE COMPÉTENCES

- Connaître les contraintes juridiques internationales en allant de leur compréhension d'un point de vue théorique à leur interprétation d'un point de vue pratique.
- Mettre en œuvre les spécificités du droit commercial international, depuis la rédaction d'un contrat international jusqu'au conflit de droits internationaux.
- Se familiariser avec les logiques de régulation qui sont désormais le propre de toute organisation, en étant placé dans une situation managériale qui requiert une analyse juridique.
- Vérifier la légalité d'une situation après avoir identifié la règle juridique pertinente.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre de divers exercices, les apprenants étudient des arrêtés portant sur des problématiques internationales et leurs conséquences opérationnelles.

Dans le cadre d'un projet de création d'une entreprise exportatrices ou importatrices, les apprenants font des choix d'ordre juridique, en vérifiant la pertinence, quant au statut de l'entreprise, quant à l'approche concurrentielle, quant aux réglementations internationales, quant aux aspects sociaux.

Dans le cadre de divers exercices, vérification de la légalité d'une situation après identification et compréhension de la règle juridique pertinente, tenant compte du droit européen et du droit international.

RNCP34949BC04 — Piloter les ressources humaines de l'équipe commerciale en favorisant une mise en œuvre efficiente de la stratégie de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- Positionner sa contribution au cœur de l'articulation entre stratégie (Direction), stratégie RH (DRH) et management opérationnel (manager commercial, responsable de centre de profit)
- Manager son équipe
- Intégrer la diversité des équipes dans son management opérationnel
- Être efficient dans les activités de recrutement, d'évaluation et de développement des compétences de son équipe
- Adapter sa communication écrite et sa conduite de réunions au management à distance

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'études de cas, l'apprenant détermine un management opérationnel en phase avec la stratégie de l'entreprise et tenant compte de la stratégie globale RH.

Dans le cadre de différents projets, l'apprenant se retrouve dans une posture de manager d'équipes multiculturelles ou de manager au sein d'une équipe diverse. Ils analysent ensuite ces expériences.

Dans le cadre des activités associatives, les apprenants mènent des projets en équipe multiculturelle.

Dans le cadre d'exercices, les apprenants participent à des séances de recrutements.

Dans le cadre de différents projets, les apprenants travaillent en équipe à distance. Ils sont amenés à communiquer et à conduire des réunions distancielles.

RNCP34949BC05 — Utiliser les SI de l'entreprise comme aide à la décision

LISTE DE COMPÉTENCES

- Développer des compétences nécessaires pour tirer le meilleur des potentialités des technologies de l'information afin de développer leur activité commerciale et garantir le positionnement concurrentiel international de leur entreprise.
- Utiliser les outils tels que l'ERP et le CRM (Customer Relationship Management) pour la gestion de la relation client à un niveau international

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre de différents cas pratiques, l'apprenant est amené à utiliser différents logiciels (comptable, présentation, aide à la décision, bases de données, analyse de données) afin de présenter ses résultats.

Dans le cadre d'une application pratique, l'apprenant se familiarise avec un ERP.

Dans le cadre d'une application pratique, l'apprenant se familiarise avec un CRM.

RNCP34949BC06 — Piloter des projets internationaux

LISTE DE COMPÉTENCES

- Diagnostiquer les enjeux géopolitiques, économiques, réglementaires de l'environnement international
- Identifier les opportunités stratégiques offertes par l'environnement international de l'entreprise, pour élaborer une offre internationale
- Prendre des décisions dans le cadre d'une structure organisationnelle internationale
- Créer et mettre en œuvre un plan de prospection et de développement de nouveaux marchés internationaux, par la mise en œuvre des éléments d'un marketing-mix international
- Appliquer les mesures réglementaires des contrats à l'exportation
- Négocier des contrats à l'export
- Participer à des projets dans des équipes multiculturelles
- Maîtriser parfaitement la langue anglaise professionnelle, être capable de comprendre des échanges dans une autre langue internationale et avoir des notions de chinois

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'études de cas, l'apprenant est amené à établir un diagnostic d'un environnement international en tenant compte des enjeux géopolitiques, économiques et réglementaires.

Dans le cadre d'exercices d'applications, l'apprenant élabore une offre commerciale internationale en réponse à une opportunité offerte par l'environnement international.

Dans le cadre d'un concours de vente, les apprenants définissent les éléments d'un mix marketing international et mènent une négociation tenant compte du mix et de la réglementation en vigueur dans le pays cible.

Dans le cadre des activités associatives, les apprenants mènent des projets en équipe multiculturelle

Les apprenants passent des tests de langue dans le cadre du référentiel européen des langues, avec un niveau B2 à

atteindre en anglais, B1 dans une 2ème langue et A2 en chinois.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les fonctions s'exercent dans des entreprises :

- de taille variable,
- nationales ou internationales,
- situées dans des secteurs d'activités variés : commerce, distribution, services, industrie, banque

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Ce professionnel peut prétendre aux emplois suivants :

- Assistant(e) export...
- Acheteur junior
- Attaché(e) commercial(e)
- Chef de rayon
- Conseiller / conseillère clientèle
- Manager d'unité commerciale
- Assistant(e) chef de produit
- Assistant(e) de gestion RH
- Assistant(e) de gestion commerciale

?

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

L'exercice des emplois de la certification ne fait référence à aucune forme de réglementation particulière.

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	Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 304 €
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés · tension 2/5 (Faible) L3X80 — Secrétaires de direction · tension 5/5 (Très élevée) QCX01 — Employés et techniciens commerciaux de la banque · tension 5/5 (Très élevée) QCX02 — Cadres et indépendants commerciaux de la banque · 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	71 759
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %

Familles professionnelles (FAP)

L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés
L3X80 — Secrétaires de direction
QCX01 — Employés et techniciens commerciaux de la banque
QCX02 — Cadres et indépendants commerciaux de la banque
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

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, VAE

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le président, professeur des universités, ou son représentant

Le Recteur d'Académie ou son représentant au titre du Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche

Le directeur de Brest Business School

ou son représentant

Le directeur du programme ou son représentant

Le directeur des études ou son représentant

Le doyen du corps professoral ou son représentant

COMPOSITION DU JURY — VAE

Jury de validation des acquis de l'expérience : il est composé de 5 votants minimum. Il comprend une majorité d'enseignants chercheurs conformément à l'article 5 du décret N°2002-590 du 24 avril 2002, ainsi qu'au moins 2 professionnels compétents pour apprécier la nature des acquis dont la validation est sollicitée. Conformément aux dispositions de l'article R 335-8 du code de l'éducation, les professionnels compétents, moitié employeurs, moitié salariés, constituent au moins un quart des membres du jury. Ce jury valide partiellement ou totalement les acquis en vue de l'attribution du diplôme.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 30/08/2022

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP26346

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP36765

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

www.brest-bs.com

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34949/>