

Diplôme supérieur de management international

RNCP35999 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	313, 310, 312
Formacode(s)	32120, 34085, 34024, 15004
Code(s) ROME	M1701, M1703, M1101, N1202, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2025

Certificateur(s)

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

TROYES AUBE FORMATION · SIRET : 52917534100013

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Diplôme supérieur de management international vise à certifier des managers responsables capables de travailler dans un contexte international. Il est adressé aux étudiants français ou internationaux ayant déjà obtenu un Baccalauréat ou équivalent. Cette certification a été créée dans le but de répondre à un besoin des entreprises en managers capables d'appréhender des contextes managériaux multiculturels, aussi bien en France qu'à l'étranger. Les candidats seront amenés à travailler dans toutes sortes d'entreprises et secteurs d'activité.

ACTIVITÉS VISÉES

- Définition de la stratégie marketing et commerciale internationale
- Développement et mise en œuvre du plan d'action commercial
- Pilotage de projets internationaux
- Management des équipes
- Communication en langue étrangère

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Maîtriser les concepts et les outils d'analyse stratégique pour élaborer un diagnostic marketing en intégrant les spécificités des zones géographiques concernées
- Réaliser une étude de marché et une analyse du comportement du consommateur afin de faciliter la prise de décision adaptées aux contextes économiques et socio-culturels des pays concernés
- Intégrer les composantes spécifiques au marketing international dans la notion de création de valeur
- Contribuer à la définition d'une stratégie marketing adaptée aux enjeux de l'entreprise, en présentant et en argumentant les éléments de contexte rassemblés qui permettront la définition d'axes stratégiques et d'indicateurs de mesure de performance et en envisageant les canaux pertinents
- Établir un rétro-planning des actions à mener en intégrant les contraintes internes et externes à l'entreprise, y compris les contraintes budgétaires et légales
- Maîtriser les techniques de vente et de conseil ainsi que de négociation de contrats internationaux
- Répartir les tâches qui incombent aux interlocuteurs identifiés, en fédérant les équipes par l'animation de réunions de travail ou la création de supports de communications internes
- Appliquer le plan d'action commerciale afin de développer le chiffre d'affaires, conformément aux axes stratégiques arrêtés, tout en respectant les enjeux marketing de l'entreprise, l'éthique des affaires, ainsi que le contexte

international dans lequel l'entreprise évolue

- Identifier les opportunités de développement international en diagnostiquant les enjeux économiques, géopolitiques et juridiques de l'environnement international
- Définir les moyens humains, opérationnels et financiers nécessaires à la réalisation de l'activité pour chaque marché visé
- Elaborer le budget en optimisant la gestion des coûts selon le contexte international
- Suivre l'avancement des activités en mettant en place des indicateurs de performance
- Définir des axes d'amélioration après avoir analysé les indicateurs de suivi et de performance
- Manager une équipe dans le respect des orientations stratégiques de l'entreprise
- Accompagner les individus de manière éthique, personnalisée et suivie, tout en s'appuyant sur des qualités humaines (écoute, créativité leadership, discernement, etc.)
- Intégrer la multiculturalité des équipes dans ses méthodes de management
- Contribuer au recrutement, à l'évaluation et au développement professionnel de son équipe
- Gérer la conduite de réunion et la gestion d'équipe à distance
- Mobiliser un vocabulaire, une terminologie et une grammaire permettant d'être compris par son interlocuteur dans une situation professionnelle, à l'écrit comme à l'oral
- Maîtriser les codes sociolinguistiques et les mettre en œuvre selon ses interlocuteurs
- Structurer sa communication de façon pragmatique, en l'adaptant aux circonstances et aux changements de sujets, tout en gardant une cohérence et une cohésion dans son expression
- Comprendre une conversation ou un texte en langue étrangère, dans un contexte formel ou informel

Blocs de compétences

RNCP35999BC01 — Définir la stratégie marketing et commerciale internationale

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1. Maîtriser les concepts et les outils d'analyse stratégique pour élaborer un diagnostic marketing en intégrant les spécificités des zones géographiques concernées
- C2. Réaliser une étude de marché et une analyse du comportement du consommateur afin de faciliter la prise de décision adaptées aux contextes économiques et socio-culturels des pays concernés
- C3. Intégrer les composantes spécifiques au marketing international dans la notion de création de valeur
- C4. Contribuer à la définition d'une stratégie marketing adaptée aux enjeux de l'entreprise, en présentant et en argumentant les éléments de contexte rassemblés qui permettront la définition d'axes stratégiques et d'indicateurs de mesure de performance et en envisageant les canaux pertinents

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Business Case :

- Jeu de simulation au cours duquel les candidats :
- Analysent des problématiques de stratégie et de management
- Identifient les défis managériaux et stratégiques
- Emettent des recommandations stratégiques tout en considérant leurs impacts sur les diverses parties prenantes
- Formulent un plan d'implémentation Le rendu se fait par équipe, devant un jury de professionnels et de membres de l'équipe pédagogique (Durée : 60 minutes).

Mission en entreprise : Le candidat analyse le marché de l'entreprise, son positionnement, sa concurrence, le comportement des consommateurs, en prenant en compte le contexte international de l'entreprise. Le candidat mettra en œuvre la stratégie arrêtée. Le candidat doit soumettre un rapport de stage et effectuer une soutenance de 30 minutes devant son maître de stage entreprise et son tuteur école, suivie de trente minutes de questions-réponses.

RNCP35999BC02 — Développer et mettre en œuvre un plan d'action commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

- C5. Établir un rétro-planning des actions à mener en intégrant les contraintes internes et externes à l'entreprise, y compris les contraintes budgétaires et légales
- C6. Maîtriser les techniques de vente et de conseil ainsi que de négociation de contrats internationaux
- C7. Répartir les tâches qui incombent aux interlocuteurs identifiés, en fédérant les équipes par l'animation de réunions de travail ou la création de supports de communications internes

C8. Appliquer le plan d'action commerciale afin de développer le chiffre d'affaires, conformément aux axes stratégiques arrêtés, tout en respectant les enjeux marketing de l'entreprise, l'éthique des affaires, ainsi que le contexte international dans lequel l'entreprise évolue

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas réels dont l'objectif est de définir des axes stratégiques et d'établir des indicateurs de performance Business Case

- Jeu de simulation au cours duquel les candidats :
- Analysent des problématiques de stratégie et de management - Identifient les défis managériaux et stratégiques
- Emettent des recommandations stratégiques tout en considérant leurs impacts sur les diverses parties prenantes
- Formulent un plan d'implémentation Le rendu se fait par équipe, devant un jury de professionnels et de membres de l'équipe pédagogique (Durée : 60 minutes).

Mission en entreprise : le candidat contribue à la définition de la stratégie commerciale grâce à une analyse du contexte de l'entreprise ; il identifie les interlocuteurs-clés de la mise en œuvre et agit dans le respect des contraintes temporelles et budgétaires.

Jeux de rôle : le candidat assure le rôle de l'acheteur ou du vendeur dans une simulation de vente internationale

RNCP35999BC03 — Piloter des projets internationaux

LISTE DE COMPÉTENCES

C9. Identifier les opportunités de développement international en diagnostiquant les enjeux économiques, géopolitiques et juridiques de l'environnement international

C10. Définir les moyens humains, opérationnels et financiers nécessaires à la réalisation de l'activité pour chaque marché visé

C11. Elaborer le budget en optimisant la gestion des coûts selon le contexte international

C12. Suivre l'avancement des activités en mettant en place des indicateurs de performance

C13. Définir des axes d'amélioration après avoir analysé les indicateurs de suivi et de performance

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Business Case

- Jeu de simulation au cours duquel les candidats :
- Analysent des problématiques de stratégie et de management
- Identifient les défis managériaux et stratégiques - Emettent des recommandations stratégiques tout en considérant leurs impacts sur les diverses parties prenantes
- Formulent un plan d'implémentation Le rendu se fait par équipe, devant un jury de professionnels et de membres de l'équipe pédagogique (Durée : 60 minutes).

Mission en entreprise : Dans le cadre d'une mission de développement international, le candidat participe au diagnostic et à l'identification des opportunités de développement. Il participe également au suivi de l'activité et des indicateurs dont il fait le reporting à sa hiérarchie.

Etudes de cas dont le but est d'envisager l'internationalisation d'un (ou plusieurs) processus.

RNCP35999BC04 — Manager des équipes

LISTE DE COMPÉTENCES

C14. Manager une équipe dans le respect des orientations stratégiques de l'entreprise

C15. Accompagner les individus de manière éthique, personnalisée et suivie, tout en s'appuyant sur des qualités humaines (écoute, créativité, leadership, discernement, etc.)

C16. Intégrer la multiculturalité des équipes dans ses méthodes de management

C17. Contribuer au recrutement, à l'évaluation et au développement professionnel de son équipe C18. Gérer la conduite de réunion et la gestion d'équipe à distance

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas de simulation ou étude de cas dont l'objectif est de définir un management opérationnel en phase avec la stratégie de l'entreprise ainsi que de sa stratégie RH.

RNCP35999BC05 — Communiquer en langue étrangère

LISTE DE COMPÉTENCES

C19. Mobiliser un vocabulaire, une terminologie et une grammaire permettant d'être compris par son interlocuteur dans une situation professionnelle, à l'écrit comme à l'oral

- C20. Maîtriser les codes sociolinguistiques et les mettre en œuvre selon ses interlocuteurs
- C21. Structurer sa communication de façon pragmatique, en l'adaptant aux circonstances et aux changements de sujets, tout en gardant une cohérence et une cohésion dans son expression
- C22. Comprendre une conversation ou un texte en langue étrangère, dans un contexte formel ou informel

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mission en entreprise à l'international : le candidat communique exclusivement en langue étrangère avec les diverses parties prenantes (collaborateurs, hiérarchie, clients, fournisseurs...). Il utilise différents canaux de communication orale et écrite, de manière formelle ou informelle, dans le contexte professionnel.

Présentation orale du business case : le candidat soutient son rendu de projet en langue étrangère et se soumet à une séance de questions/réponses avec le jury.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs d'activités peuvent être concernés avec le plus souvent une dimension internationale importante. Ces professionnels travaillent dans l'industrie, les services, la finance, les achats, la vente, la distribution, le secteur du transport, de la logistique.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Ce professionnel peut prétendre aux types d'emplois suivants :

- Responsable export
- Responsable des achats internationaux
- Responsable marketing et commercial à l'international
- Responsable transport, logistique à l'international
- Chargé de communication
- Chargé de projet à l'international

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 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 810 €
Familles professionnelles (FAP)	J4X62 — Employés administratifs et commerciaux des transports · tension 1/5 (Très faible) J5X40 — Agents d'exploitation du transport · tension 3/5 (Modérée) J5X80 — Techniciens d'exploitation et d'administration des transports · tension 4/5 (Élevée) J6X90 — Cadres des transports et du tourisme · tension 3/5 (Modérée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) 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) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	23 217

Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	13 %
Familles professionnelles (FAP)	J4X62 — Employés administratifs et commerciaux des transports J5X40 — Agents d'exploitation du transport J5X80 — Techniciens d'exploitation et d'administration des transports J6X90 — Cadres des transports et du tourisme R1X68 — Employés des services 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 U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

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

Les membres du jury de diplôme sont désignés chaque année par le Recteur d'Académie, Chancelier des Universités, sur proposition du Directeur de l'Etablissement. Le Recteur d'Académie en désigne également le Président, conformément aux dispositions de la circulaire n°01-084 du 17 mai 2001 modifié.

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	6 888 €
Selon la branche	6 803 € – 7 097 €
Prise en charge	Branches concernées
6 888 €	Valeur par défaut · 205 branches
7 097 €	CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 078 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP des jardineries et graineteries
7 044 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 007 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 803 €	CPNE Branche Caoutchouc

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2025
--	------------

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35318

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP40713

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.scbs-education.com/programmes/international-bachelor-in-business-administration/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35999/>