

Chargé d'affaires internationales

RNCP36265 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	310
Formacode(s)	34254
Code(s) ROME	D1406, M1703, M1705, M1402
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

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 et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR CONSULAIRE GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT	81738914100018	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le programme Chargé d'affaires internationales se positionne comme un programme Bachelor en management de trois ans, ouverts aux étudiants français et internationaux. L'objectif est que chaque diplômé ait développé les savoirs et compétences nécessaires à son projet professionnel, ses aspirations comme avec les attentes du marché du travail et les besoins en compétences des entreprises.

Le chargé d'affaires internationales exerce son activité dans tout type d'organisations (petites et grandes), tout type de secteurs, et contribue au développement de l'activité de son entreprise à l'international. Il peut ainsi tout aussi bien occuper un poste dans une unité à l'étranger, que travailler dans un service implanté localement mais travaillant avec l'étranger.

Ses activités relèvent pour l'essentiel de la déclinaison opérationnelle de la stratégie marketing international. Il est attentif aux enjeux de cohérence entre la stratégie marketing global et ses déploiements locaux. Il maîtrise les principales phases et activités opérationnelles qui y sont associées. Afin d'optimiser sa contribution au positionnement stratégique de l'entreprise et sa proactivité, il appuie son activité sur une analyse régulière de l'environnement international des affaires, y intégrant notamment une attention particulière sur les dimensions technologiques, géopolitiques et de RSE. Il interagit régulièrement avec des tiers travaillant sur d'autres sites, issus de cultures différentes. Pour cela, il s'appuie notamment sur des compétences transversales de communication interculturelles et de maîtrise des outils numériques et informationnels qu'il mobilise tant dans ses activités orientées métier que celles de pilotage de projet. Bien évidemment, il maîtrise l'anglais qu'il utilise couramment sans générer d'ambiguïté. Il est régulièrement en situation d'animation d'équipe en mode projet, combinant les situations de présentiel et de distanciel.

Il est en mesure, sur des sujets le nécessitant, à son initiative ou sur la demande de sa Direction, d'instruire de manière approfondie un questionnement professionnel en mobilisant un raisonnement scientifique et un état de l'art mixant ressources professionnelles et académiques.

Afin d'améliorer ses pratiques et s'intégrer au mieux dans un contexte changeant, il mobilise régulièrement la pratique réflexive afin de diagnostiquer ses acquis et identifier ses axes de progrès.

ACTIVITÉS VISÉES

Les activités visées sont les suivantes :

- Déploiement d'une pratique responsable des outils numériques dans les activités managériales et métier
- Conduite d'une étude approfondie d'une problématique professionnelle
- Développement des pratiques relationnelles, de communication et de négociation efficaces en contexte interculturel
- Développement de son identité professionnelle et de ses actions managériales par la pratique réflexive
- Animation d'une équipe en mode projet ou fonctionnelle en présentiel et en distanciel
- Analyse de l'environnement international des affaires de l'entreprise et de son positionnement stratégique
- Déclinaison d'une stratégie marketing international en plan d'actions opérationnel

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les compétences attestées sont les suivantes :

A1C1. Mobiliser les outils numériques et informationnels adaptés aux activités et contextes professionnels dont il a la charge afin d'optimiser les outils de l'entreprise et l'efficacité de son action, y compris dans des contextes collaboratifs et distanciels

A1C2. Utiliser les outils numériques en étant attentifs aux règles sécuritaires, aux normes et préoccupations environnementales, aux exigences légales –et parfois variables d'une nation ou d'un périmètre à un autre-, afin de contribuer à un usage responsable de l'infrastructure numérique mis à sa disposition

A1C3. Effectuer des préconisations d'usages et d'outils en s'appuyant sur des retours d'expérience et une veille sur les outils de son métier et périmètre d'activité

A2C1. Identifier la problématique professionnelle et ses enjeux pour l'organisation nécessitant une analyse approfondie afin d'effectuer un diagnostic ou d'améliorer la définition des mesures à mettre en place

A2C2. Mobiliser des ressources professionnelles et scientifiques pour proposer une première approche de l'état de l'art sur la problématique considérée afin d'optimiser l'analyse à l'aune des pratiques et connaissances établies, comme des controverses existantes

A2C3. Sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources de qualité

A2C4. Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation, en les produisant ou/et en utilisant des données existantes

A2C5. Développer une argumentation avec esprit critique, qui soit adaptée à la finalité de communication prédéterminée, et optimisée dans la mise en forme réalisée

A3C1. Mobiliser aisément les différents registres de l'expression écrite et orale de la langue d'usage de son activité professionnelle

A3C2. Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère

A3C3. Construire des supports écrits ou oraux de communication de qualité respectant les bonnes pratiques et spécificités culturelles ou de diversité, visant l'efficacité et à véhiculer une image sérieuse et professionnelle s'appuyant une orthographe et une syntaxe de qualité

A3C4. Conduire –ou participer- à des échanges visant l'assertivité en s'appuyant sur une connaissance de soi, des autres comme des techniques de négociation

A3C5. Adapter sa communication écrite et orale aux différents contextes et publics (en termes de culture, diversité,...) de telle manière à informer de façon claire ou à convaincre du bien-fondé d'une position défendue, en veillant à apporter du sens au message et à l'intervention réalisée

A4C1. Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnels en fonction d'un contexte

A4C2. Identifier les tendances métiers et compétences de son métier/périmètre d'activité afin de repérer les besoins en compétences, habiletés et comportements nécessaires

A4C3. Repérer les communautés, réseaux, les ressources spécialisées, les modalités de veille relevant du ou des domaines professionnels dont on peut se prévaloir afin de maintenir la connaissance de son champs professionnel, établir des relais d'informations et/ou de supports, opérer un suivi de sujets jugés primordiaux, voire valoriser son identité professionnelle

A4C4. Identifier ses axes de progrès et actions potentielles selon les objectifs et/ou enjeux personnels et professionnels du moment et présagés

A4C5. Pratiquer les actions de réflexivité afin d'améliorer ses inter-relations professionnelles et pratiques managériales

A5C1. Situer son rôle et celui de son équipe au sein de son organisation en repérant les principaux modes organisationnels, managériaux et culturels de telle manière à adapter son comportement, ses pratiques et choix managériaux

A5C2. Identifier la relation d'emploi et les orientations de la politique RH dans l'organisation afin d'adapter ses actions et pratiques, tout en restant vigilant aux risques et responsabilités induites, comme aux implications en termes de RSE tant v/v des collaborateurs que de la société

A5C3. Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité, tant en tant que leader ou participant, au service d'un projet

A5C4. Mobiliser les méthodes, outils et bonnes pratiques de la gestion de projet afin d'optimiser la conduite et l'atteinte des objectifs fixés que la collaboration ait lieu en physique ou distanciel

A6C1. Analyser et mener une veille régulière sur les secteurs d'activités et métiers de l'entreprise à l'échelle internationale, dans les dimensions géopolitiques, sociologiques, technologiques et réglementaires afin d'adapter d'établir des prospectives, et d'identifier des points de vigilance pour l'organisation et son activité

A6C2. Mobiliser les connaissances et méthodologies adaptées à l'analyse des composantes économiques, géopolitiques, technologiques de l'environnement externe de l'entreprise afin de fiabiliser les diagnostics et leurs rigueurs

A6C3. Actualiser régulièrement la connaissance et l'analyse de l'organisation dans laquelle on exerce son activité en termes d'orientation stratégique et de situation comptable et financière afin d'optimiser les actions sur son périmètre et d'ajuster les recommandations faites

A6C4. Comprendre le positionnement stratégique de l'entreprise avec les méthodes et outils ad hoc de manière à optimiser l'alignement des actions opérationnelles concernant le périmètre en charge

A6C5. Mobiliser un premier niveau de lecture du document comptable et de ses principales rubriques afin d'intégrer dans l'analyse du positionnement stratégique de l'entreprises des informations comptables et financières permettant de mieux comprendre les choix stratégiques de la Direction

A7C1. Etablir le plan d'actions opérationnel et le mettre en œuvre en mobilisant les démarches, outils et techniques ad-hoc, en favorisant les innovations produit, process ou managériales, de telle manière à atteindre les objectifs de la stratégie marketing définie

A7C2. Identifier les éléments légaux et de responsabilité sociale qui nécessitent prise en considération soit en tant que points de vigilance, d'adaptation ou sources d'opportunités, et les intégrer de manière adéquate dans le plan d'action

A7C3. Mobiliser les indicateurs et outils de suivi de la performance adaptés au déploiement des stratégies marketing afin d'évaluer les résultats obtenus et ajuster les actions définies ou d'en élaborer de nouvelles

A7C4. Evaluer la performance ex-ante d'un projet de développement marketing ou commercial en mobilisant la démarche d'étude de la décision financière de manière à accompagner le processus de décision

A7C5. Suivre le développement du plan d'actions et repérer les points de difficultés potentiels, afin d'en poser un diagnostic, et envisager les premiers jalons d'actions et/ou d'alertes

Blocs de compétences

RNCP36265BC01 — Déployer une pratique responsable des outils numériques dans les activités managériales et métier

LISTE DE COMPÉTENCES

A1C1. Mobiliser les outils numériques et informationnels adaptés aux activités et contextes professionnels dont il a la charge afin d'optimiser les outils de l'entreprise et l'efficacité de son action, y compris dans des contextes collaboratifs et distanciels

A1C2. Utiliser les outils numériques en étant attentifs aux règles sécuritaires, aux normes et préoccupations environnementales, aux exigences légales –et parfois variables d'une nation ou d'un périmètre à un autre-, afin de contribuer à un usage responsable de l'infrastructure numérique mis à sa disposition

A1C3. Effectuer des préconisations d'usages et d'outils en s'appuyant sur des retours d'expérience et une veille sur les outils de son métier et périmètre d'activité

MODALITÉS D'ÉVALUATION

2 livrables réalisés de manière indépendante ou non.

Livrable A1E1. Diagnostic de mobilisation et d'usage d'outils numériques concernant une organisation, un service, ou un projet, y compris dans leurs dimensions RSE.

Production collective avec supports écrits. Cas réel ou fictif

Livrable A1E2. Analyse d'un environnement numérique d'une organisation, d'un service ou d'un secteur et de leurs opportunités et risques en termes d'affaires.

Production écrite individuelle. Cas réel ou fictif

RNCP36265BC02 — Conduire une étude approfondie d'une problématique professionnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

A2C1. Identifier la problématique professionnelle et ses enjeux pour l'organisation nécessitant une analyse approfondie afin d'effectuer un diagnostic ou d'améliorer la définition des mesures à mettre en place

A2C2. Mobiliser des ressources professionnelles et scientifiques pour proposer une première approche de l'état de l'art sur la problématique considérée afin d'optimiser l'analyse à l'aune des pratiques et connaissances établies, comme des controverses existantes

A2C3. Sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources de qualité

A2C4. Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation, en les produisant ou/et en utilisant des données existantes

A2C5. Développer une argumentation avec esprit critique, qui soit adaptée à la finalité de communication prédéterminée, et optimisée dans la mise en forme réalisée

MODALITÉS D'ÉVALUATION

2 livrables réalisés de manière indépendantes ou non.

Livrable A2E1. Analyse d'une problématique professionnelle étayée reposant sur une première approche de l'état de l'art professionnel et scientifique, suivant un raisonnement scientifique.

Production individuelle écrite. Cas réels théorisés.

Livrable A2E2. Analyse et synthèse de données produites et/ou existantes venant éclairer une problématique professionnelle.

Production individuelle et écrite. Cas réel ou fictif

RNCP36265BC03 — Développer des pratiques relationnelles, de communication et de négociation efficaces en contexte interculturel

LISTE DE COMPÉTENCES

A3C1. Mobiliser aisément les différents registres de l'expression écrite et orale de la langue d'usage de son activité professionnelle

A3C2. Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère

A3C3. Construire des supports écrits ou oraux de communication de qualité respectant les bonnes pratiques et spécificités culturelles ou de diversité, visant l'efficacité et à véhiculer une image sérieuse et professionnelle s'appuyant une orthographe et une syntaxe de qualité

A3C4. Conduire – ou participer - à des échanges visant l'assertivité en s'appuyant sur une connaissance de soi, des autres comme des techniques de négociation

A3C5. Adapter sa communication écrite et orale aux différents contextes et publics (en termes de culture, diversité, ...) de telle manière à informer de façon claire ou à convaincre du bien-fondé d'une position défendue, en veillant à apporter du sens au message et à l'intervention réalisée

MODALITÉS D'ÉVALUATION

3 livrables réalisés de manière indépendante ou non.

Livrable A3E1. Validation des niveaux de langue requis.

Productions écrite et orale individuelles. Mise en situation réelle et/ou fictive.

Livrable A3E2. Situation de communication professionnelle interculturelle au sein d'un projet, d'une proposition d'analyse visant l'information ou l'adhésion.

Production individuelle, orale ou écrite. Cas réel ou fictif.

Livrable A3E3. Situation de négociation ou de préparation de négociation en contexte interculturel incluant :

- les arguments clé de sa position
- l'identification des territoires de négociation
- la prise en considération

des techniques adéquats (écoute active, reformulation, verbal et non verbal,...) dans un contexte multiculturel.

Production écrite et orale, individuelle et collective. Cas réel.

RNCP36265BC04 — Développer son identité professionnelle et ses actions managériales par la pratique réflexive

LISTE DE COMPÉTENCES

- A4C1. Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnels en fonction d'un contexte.
- A4C2. Identifier les tendances métiers et compétences de son métier/périmètre d'activité afin de repérer les besoins en compétences, habiletés et comportements nécessaires.
- A4C3. Repérer les communautés, réseaux, les ressources spécialisées, les modalités de veille relevant du ou des domaines professionnels dont on peut se prévaloir afin de maintenir la connaissance de son champs professionnel, établir des relais d'informations et/ou de supports, opérer un suivi de sujets jugés primordiaux, voire valoriser son identité professionnelle
- A4C4. Identifier ses axes de progrès et actions potentielles selon les objectifs et/ou enjeux personnels et professionnels du moment et présagés
- A4C5. Pratiquer les actions de réflexivité afin d'améliorer ses inter-relations professionnelles et pratiques managériales

MODALITÉS D'ÉVALUATION

3 livrables.

Livable A4E1. Adaptation de la présentation de son identité professionnelle à l'occasion d'une étape professionnelle (CV et lettre de motivation, ré-orientation, entretien annuel,...)

Production individuelle écrite. Cas réel.

Livable A4E2. Premiers jalons d'analyse des tendances d'un métier et des sources d'informations, communautés et réseaux pertinents.

Production écrite collective. Cas réel.

Livable A4E3. Retour d'expérience sur une situation professionnelle.

Production écrite individuelle. Cas réel.

RNCP36265BC05 — Animer une équipe en mode projet ou fonctionnelle en présentiel et en distanciel

LISTE DE COMPÉTENCES

- A5C1. Situer son rôle et celui de son équipe au sein de son organisation en repérant les principaux modes organisationnels, managériaux et culturels de telle manière à adapter son comportement, ses pratiques et choix managériaux.
- A5C2. Identifier la relation d'emploi et les orientations de la politique RH dans l'organisation afin d'adapter ses actions et pratiques, tout en restant vigilant aux risques et responsabilités induites, comme aux implications en termes de RSE tant v/v des collaborateurs que de la société.
- A5C3. Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité, tant en tant que leader ou participant, au service d'un projet.
- A5C4. Mobiliser les méthodes, outils et bonnes pratiques de la gestion de projet afin d'optimiser la conduite et l'atteinte des objectifs fixés que la collaboration ait lieu en physique ou distanciel.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

3 livrables.

Livable A5E1. Analyse d'une situation et comportements des individus au sein d'une organisation destinée à améliorer l'efficacité individuelle et collective, y compris dans sa dimension distancielle, intégrant :

- une analyse des comportements des individus impliqués
- la mobilisation des grilles d'analyse de comportements appréhendant les process individuels et les process inter-individuels
- un diagnostic des enjeux organisationnels et individuels
- des recommandations d'actions

Production collective, oral avec support. Cas réel ou fictif.

Livable A5E2. Note de préconisations ou d'alertes, pour un périmètre ou un type d'actions, du déploiement d'une relation d'emploi définie par l'entreprise.

Production individuelle avec supports. Cas réel ou fictif

Livable A5E3. Organisation d'un suivi de gestion de projet ET/OU analyse d'un suivi intégrant :

- le contexte (acteurs, objectifs, ..)
- les moyens et l'organisation

- les outils de conduite de projet ad-hoc
- la gestion des relations avec les parties prenantes
- le suivi et les ajustements
- les risques normatifs et les questions éthiques/déontologiques
- les modalités de mises en œuvre et vigilances induites par le distanciel
- un retour d'expérience et les recommandations associées

Production collective et individuelle avec supports. Cas réel ou fictif.

RNCP36265BC06 — Analyser l'environnement international des affaires de l'entreprise et son positionnement stratégique

LISTE DE COMPÉTENCES

A6C1. Analyser et mener une veille régulière sur les secteurs d'activités et métiers de l'entreprise à l'échelle internationale, dans les dimensions géopolitiques, sociologiques, technologiques et réglementaires afin d'adapter d'établir des prospectives, et d'identifier des points de vigilance pour l'organisation et son activité

A6C2. Mobiliser les connaissances et méthodologies adaptées à l'analyse des composantes économiques, géopolitiques, technologiques de l'environnement externe de l'entreprise afin de fiabiliser les diagnostics et leurs rigueurs

A6C3. Actualiser régulièrement la connaissance et l'analyse de l'organisation dans laquelle on exerce son activité en termes d'orientation stratégique et de situation comptable et financière afin d'optimiser les actions sur son périmètre et d'ajuster les recommandations faites

A6C4. Comprendre le positionnement stratégique de l'entreprise avec les méthodes et outils ad hoc de manière à optimiser l'alignement des actions opérationnelles concernant le périmètre en charge

A6C5. Mobiliser un premier niveau de lecture du document comptable et de ses principales rubriques afin d'intégrer dans l'analyse du positionnement stratégique de l'entreprises des informations comptables et financières permettant de mieux comprendre les choix stratégiques de la Direction.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

2 livrables.

Livable A6E1. Analyse d'une ou de 2 dimension(s) clé(s) de l'environnement international des affaires de l'entreprise : analyse économie internationale et/ou géopolitique.

Pour la note d'analyse du contexte macro-économique internationale abordant :

- L'analyse de la tendance macro-économique observée
- L'analyse de ses interdépendances et incidences avec les autres caractéristiques du contexte économique
- Les incidences sur l'entreprise, ou son secteur d'activité

Type de production : individuelle / écrite. Cas réel ou fictif.

Pour la note d'analyse d'une évolution du contexte géopolitique et de ses probables incidences sur l'entreprise intégrant :

- Une approche géopolitique centrée sur l'entreprise
- Une grille d'analyse et de gestion du risque géopolitique de l'entreprise
- L'intégration de la responsabilité géopolitique des entreprises

Type de production : collectif avec support écrit. Cas réel ou fictif.

Livable A6E2. Note d'analyse du positionnement stratégique international de l'entreprise et de ses interdépendances avec son environnement comprenant :

- le diagnostic de l'environnement externe de l'entreprise avec l'identification des opportunités et risques de l'environnement
- le diagnostic de l'environnement interne de l'entreprise (ressources et compétences de l'entreprise)
- la mobilisation des outils adéquats (SWOT, Pestel, VRIO,...)
- l'analyse et le développement des niveaux de stratégie « corporate » et « business »
- les leviers de l'avantage concurrentiel
- des propositions de recommandations en termes de veille terrain
- la prise en considération des caractéristiques comptables et financières.

Type de production : individuelle / écrite. Cas réel ou fictif.

RNCP36265BC07 — Décliner une stratégie marketing international en plan d'actions opérationnel

LISTE DE COMPÉTENCES

A7C1. Etablir le plan d'actions opérationnel et le mettre en œuvre en mobilisant les démarches, outils et techniques ad-hoc, en favorisant les innovations produit, process ou managériales, de telle manière à atteindre les objectifs de la stratégie marketing définie

A7C2. Identifier les éléments légaux et de responsabilité sociale qui nécessitent prise en considération soit en tant que points de vigilance, d'adaptation ou sources d'opportunités, et les intégrer de manière adéquate dans le plan d'action

A7C3. Mobiliser les indicateurs et outils de suivi de la performance adaptés au déploiement des stratégies marketing afin d'évaluer les résultats obtenus et ajuster les actions définies ou d'en élaborer de nouvelles

A7C4. Evaluer la performance ex-ante d'un projet de développement marketing ou commercial en mobilisant la démarche d'étude de la décision financière de manière à accompagner le processus de décision

A7C5. Suivre le développement du plan d'actions et repérer les points de difficultés potentiels, afin d'en poser un diagnostic, et envisager les premiers jalons d'actions et/ou d'alertes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

4 livrables.

Livable A7E1. Plan d'action d'une stratégie marketing internationale comprenant :

- l'analyse de la stratégie marketing
- la déclinaison opérationnelle en plan d'actions marketing
- la déclinaison opérationnelle en plan d'actions commercial
- la définition des indicateurs à suivre, financiers et non financiers
- l'identification des risques et opportunités éthiques et RSE de l'écosystème concerné

Production écrite collective et individuelle. Cas réel ou fictif

Livable A7E2. Note de vigilance concernant l'identification de risques juridiques potentiels sur un contractualisation d'affaires ou un suivi comprenant :

- l'analyse et la qualification des faits à l'aide du vocabulaire juridique
- l'identification du problème de droit
- l'identification des règles de droit applicables
- l'application des règles à la situation et les recommandations en découlant.

Type de production : individuelle/ écrite. Cas réel ou fictif.

Livable A7E3. Estimation d'une performance globale ex ante d'un projet de développement commercial ou de marketing comprenant :

- l'établissement d'un tableau de flux de trésorerie sur la durée de vie du projet
- l'utilisation des outils d'aide à la décision : VAN, TRI, indice de profitabilité et délai de récupération
- des préconisations concernant des leviers d'actions en phase avec les objectifs de l'entreprise
- un premier inventaire des risques et enjeux environnementaux et sociaux dans l'approche de la prise de décision concernant la performance du projet.

Type de production : écrite

individuelle. Cas réel ou fictif.

Livable A7E4. Analyse, associée à des recommandations, d'un problème spécifique émergeant à l'occasion du déroulement d'un plan d'actions relevant d'une stratégie marketing.

Production écrite individuelle et collective. Cas réel ou fictif.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire du diplôme visé exerce ses fonctions principalement au sein de grands groupes ou de PME/PMI mais aussi de start-up et TPE en France, comme à l'international.

Il évolue principalement dans tous types de secteurs d'activités des entreprises, qu'elles soient orientées services ou industries, conseil ou audit.

Parce qu'il s'agit d'affaires, les projets qu'il suit sont ainsi essentiellement marketing et/ou commercial. Le suivi de performance associé peut parfois amener les candidats à valoriser ce point de vue gestion/finance et ainsi occuper des postes d'analyste financier. Le chargé d'affaires internationales aura ainsi, selon son service d'appartenance

dans l'entreprise, un axe d'observation prédominant de l'affaire, privilégiant une dimension plus qu'une autre. Ainsi, ses intitulés de postes mettront plus ou moins l'emphasis sur la dimension commerciale, marketing ou financière. Au sein des entreprises, en fonction de son expertise métier, il occupe des postes dans différents types de services ou départements commercial, marketing/communication, finance, conseil, etc.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le chargé d'affaires internationales exerce dans différentes fonctions telles que chargé de projet international / chef de projet, chargé de développement commercial, chef de produit, chef de marché, chargé de marketing international, analyste international / analyste financier international, analyste junior, consultant, responsable de comptes, responsable de zone, Chargé de portefeuille/analyste opérations.

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 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 983 €
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) 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)	25 448
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) 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, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Admission en 1ère année : recrutement sur dossier (Parcoursup) avec entretien, avec de bons résultats académiques (+60%) (Baccalauréat français avec mention assez bien), une forte motivation et des aptitudes pour étudier dans un contexte international. Les étudiants titulaires d'un baccalauréat français ou équivalent sont éligibles. Tous les étudiants doivent remplir les critères d'admission en ce qui concerne la maîtrise de l'anglais à l'entrée du programme : IELTS (6.5) ou TOEFL (90/120), et pour les étudiants avec un Baccalauréat français un minimum de 15/20 en anglais au lycée et un entretien sont requis.

Admission des étudiants, sur dossier, en deuxième et troisième année du programme

En 2ème année : 60 crédits ECTS parmi lesquels 45 obtenus dans des matières liées au commerce, validés par

GEM. Les candidats doivent démontrer leur aisance et leurs compétences en anglais. Le minimum requis est un score de 90/120 au TOEFL ou de 6.5 au IELTS. Les candidats doivent aussi faire preuve d'une expérience professionnelle de 2 mois minimum. Un entretien peut être demandé.

En 3ème année : 120 crédits ECTS parmi lesquels 90 obtenus dans des matières liées au commerce, validés par GEM. Les candidats doivent démontrer leur aisance et leurs compétences en anglais. Le minimum requis est un score de 90/120 au TOEFL ou de 6.5 au IELTS.

Les candidats doivent aussi faire preuve d'une expérience professionnelle de 5 mois minimum. Un entretien peut être demandé.

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

Le jury est nommé par le Recteur d'Académie. Il est composé de :

- 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

Base légale

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

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	141	—	83 %	—
2017	140	—	78 %	59 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34874

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP39189

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36265/>