

Diplôme de Management International

RNCP36327 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34554, 34271, 32120, 32006, 34052
Code(s) ROME	D1406, M1703, M1704, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2024

Certificateur(s)

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

ESSCA · SIRET : 78611672300010

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire de la certification est un responsable plurivalent en gestion, qui évolue au sein des secteurs du commerce, de la vente et

du digital, dans un environnement international (en France et à l'étranger). La certification prépare aux fonctions de manager opérationnel et responsable d'unités de gestion. Dans un contexte où les échanges commerciaux entre différents espaces économiques s'accroissent et se complexifient, la certification répond aux besoins en cadres spécialisés dans la négociation internationale, le management, et l'encadrement interculturel.

ACTIVITÉS VISÉES

Le titulaire du Diplôme de Management International accomplit les activités suivantes :

Activités liées aux 4 blocs de tronc commun

- Recueil, analyse et exploitation des données du marché
- Élaboration d'une stratégie marketing et communication
- Détection des tendances et des besoins latents
- Conception d'un plan de communication on et offline
- Gestion financière de l'entreprise
- Optimisation de la performance économique
- Introduction d'indicateurs de performance en lien avec la RSE
- Management des hommes
- Conduite de projets à l'international
- Coordination et répartition des tâches
- Définition des livrables et des jalons d'un projet
- Conception d'un plan d'action commercial
- Développement des ventes et des parts de marché à l'international
- Conduite de négociation tout en anglais
- Achats de composants à l'international

Activités liées aux 5 blocs optionnels (1 option à choisir parmi 5)

- Conception d'une offre de produits et services accessibles via internet
- Développement et organisation de la chaîne logistique d'une plateforme d'e-commerce

- Élaboration d'une page de site web à partir d'un programme informatique simple
- Recueil et exploitation des données de trafic d'un site internet
- Amélioration continue de l'expérience client via une plateforme d'e-business
- Conception d'un plan de communication omnicanal
- Communication produit sur les réseaux sociaux
- Mise en place d'outils pour gérer la relation client
- Prospection de nouveaux clients on line
- Négociation commerciale
- Identification des parties prenantes d'un écosystème
- Élaboration d'un modèle économique pour une entreprise
- Mise en place d'une organisation de l'ensemble des processus
- Création d'un reporting à partir des données issues du SI
- Identification des parties prenantes d'un écosystème sportif
- Élaboration d'un modèle économique pour une entreprise dans le sport
- Mise en place d'une organisation de l'ensemble des processus
- Création d'un reporting à partir des données issues du SI
- Recueil et analyse de données marketing issues de plusieurs pays étrangers
- Élaboration d'une stratégie marketing par pays
- Organisation de la prospection à l'export
- Établir des contrats conformes au droit des affaires applicable

Nota : Le titulaire exerce généralement ses activités dans un environnement digitalisé et international.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences liées au tronc commun:

Bloc de compétences n°1 : Recueillir et analyser des données pour contribuer à l'élaboration d'une stratégie marketing et communication :

- Réaliser un diagnostic interne et externe pour identifier les forces et faiblesses de l'entreprise face aux opportunités et aux risques liés à l'environnement.
- Segmenter un marché pour déterminer les cibles de clients potentiels et choisir un positionnement produit.
- Analyser des données pour identifier les tendances d'un marché et anticiper les comportements des clients
- Établir le marketing mix d'un produit pour lancer une nouvelle offre sur un marché.
- Concevoir un plan de communication multicanal pour diffuser l'information produit vers les acheteurs potentiels et les acteurs internes

Bloc de compétences n°2 : Gérer les finances de l'entreprise en vue d'optimiser la performance économique :

- Intégrer les axes et les objectifs stratégiques pour élaborer un budget prévisionnel pluriannuel.
- Analyser et interpréter un bilan et un compte de résultats pour évaluer la santé financière et la performance économique d'une entreprise.
- Mobiliser les principaux ratios pour procéder à l'analyse financière et RSE d'une entité économique
- Déterminer les structures de coûts et de marges pour monitorer l'atteinte d'objectifs de rentabilité.
- Analyser les cash flows pour mesurer la capacité d'autofinancement de l'entreprise.
- Prendre en compte le cadre fiscal et légal pour évaluer le résultat net de fin d'année.
- Préparer un audit financier pour évaluer les actifs et analyser la performance opérationnelle d'une entreprise.

Bloc de compétences n°3 : Manager les hommes et les projets pour réussir à l'international :

- Recueillir les besoins d'un commanditaire international pour les transformer en cahier des charges fonctionnel.
- Négocier en langue étrangère avec un commanditaire pour fixer les objectifs et les livrables d'un projet
- Mobiliser les principales techniques de conduite de projet pour exécuter la stratégie et produire des livrables conformes aux attentes du commanditaire.
- Répartir les tâches et coordonner les actions à l'intérieur d'un projet ou d'une entité économique pour optimiser la collaboration entre équipes distantes.
- Développer son intelligence émotionnelle pour améliorer son efficacité personnelle en comprenant ses émotions et celles des autres.
- Prendre en compte le comportement organisationnel et les dynamiques de groupes pour répartir les tâches et les processus dans les équipes.
- Participer à la diffusion des principes liés à la RSE et à l'éthique pour assurer un développement durable des activités de l'entreprise.

- Adopter une posture d'ouverture et d'écoute pour développer un management multiculturel efficace.

Bloc de compétences n°4 : Intégrer les pratiques du commerce international pour développer les ventes :

- Concevoir un plan d'action commercial pour augmenter les parts de marché en préservant les marges.
- Mobiliser des connaissances en droit des affaires pour décrypter les principaux enjeux liés à une transaction internationale.
- Sélectionner et mettre en place des outils de gestion de la relation client pour mieux fidéliser un acheteur.
- Intégrer les ressorts interculturels et le droit des affaires internationales pour mener des négociations commerciales en anglais.
- Prendre en compte les contraintes logistiques et douanières pour réaliser les achats de composants et les ventes de produits finis.

Compétences liées aux options:

Bloc de compétences n°5 : Participer au développement d'une plateforme e-commerce pour proposer une offre de produits ou services via internet :

- Concevoir une offre de produits ou services spécifique accessible via internet pour développer le chiffre d'affaires et les parts de marché.
- Contribuer à la spécification de l'interface entre l'internaute et le site pour optimiser l'expérience client tout au long du processus d'achat.
- Organiser la chaîne d'approvisionnement d'une plateforme e-business pour atteindre les niveaux de disponibilité et de qualité de l'offre attendu par le client.
- Mobiliser les techniques de référencement naturel et de publicité payante pour augmenter la fréquentation du site.
- Analyser les données de trafic sur le site et proposer des améliorations sur le plan de l'ergonomie et de l'expérience client.
- Mettre en œuvre un processus de paiement dématérialisé pour assurer la fluidité et la sécurité de toutes les transactions.
- Mobiliser les langages informatiques appropriés pour coder une page de site web.

Bloc de compétences n°6 : Mobiliser les techniques de marketing digital pour commercialiser un produit ou un service :

- Concevoir et mettre en œuvre un plan de communication omnicanal pour exploiter les possibilités offertes par le marketing digital.
- Mobiliser les réseaux sociaux pour développer la réputation d'une marque sur internet.
- Sélectionner des prestataires et partenaires externes, fournisseurs d'études de marché ou agences de publicité et de communication digitale, pour optimiser les actions marketing.
- Mettre en place un outil de gestion de la relation clients pour mieux connaître ses besoins et le fidéliser.
- Explorer les enjeux de l'analyse de données massives pour éclairer les champs marketing.
- Prospecter de nouveaux clients pour augmenter les parts de marché en respectant les objectifs de marge.
- Mobiliser les techniques avancées de négociation pour conclure un contrat de ventes.

Bloc de compétences n°7 : Intégrer les principales fonctions et processus de l'entreprise pour optimiser le management d'un centre de profit :

- Identifier l'ensemble des parties prenantes pour travailler en réseau avec l'écosystème de l'entité gérée.
- Élaborer un modèle économique pour optimiser la monétisation des activités.
- Mettre en place une organisation, des processus et des procédures de contrôle de manière à assurer le bon déroulement des opérations.
- Mettre en œuvre des indicateurs pour monitorer la performance économique et sociale de l'entité gérée.
- Exercer son leadership pour fédérer les équipes, gérer les conflits et susciter l'adhésion des personnels.
- Lier le système d'information et les processus de gestion afin de produire un reporting de qualité.
- Prendre en compte les contraintes de la chaîne d'approvisionnement pour garantir la disponibilité de l'offre auprès des clients.

Bloc de compétences n°8 : Intégrer les principales fonctions de l'entreprise pour manager un centre de profit dans le domaine du sport :

- Identifier et caractériser l'environnement de l'entité gérée pour tisser des liens avec les acteurs du domaine sportif au sein de l'écosystème visé.
- Élaborer un business model pour monétiser des activités liées au management dans le domaine du sport.
- Mettre en place une organisation, des processus et des procédures de contrôle de manière à assurer le bon déroulement des opérations.
- Mettre en œuvre des indicateurs pour monitorer la performance économique et sociale de l'entité gérée en se

comparant aux autres acteurs du domaine sportif visé.

- Exercer son leadership pour fédérer les équipes, gérer les conflits et susciter l'adhésion des personnels autour des valeurs et des cultures sportives.
- Lier le système d'information et les processus de gestion afin de produire un reporting de qualité.
- Prendre en compte les contraintes de la chaîne d'approvisionnement pour garantir la disponibilité de l'offre auprès des clients.

Bloc de compétences n°9 : Développer l'intelligence marketing et les relations commerciales internationales pour augmenter le chiffre d'affaires et les parts de marché :

- Recueillir et analyser des données pour identifier les nouveaux usages et les nouveaux besoins dans de nouveaux pays.
- Transformer les données en informations utiles pour orienter les prises de décision marketing.
- Rassembler des informations pour participer à élaboration d'une stratégie marketing par pays.
- Prospecter de nouveaux clients internationaux pour développer le volume des ventes à l'export.
- Intégrer les aspects multiculturels pour gérer des équipes et des opérations à l'international sur plusieurs continents.
- Prendre en compte les contraintes d'une chaîne logistique internationale globale pour garantir la disponibilité d'une offre produits ou services auprès des clients.
- Mobiliser des connaissances avancées en droit des affaires pour négocier des contrats avec un fournisseur ou un client international.

Blocs de compétences

RNCP36327BC01 — Recueillir et analyser des données pour contribuer à l'élaboration d'une stratégie marketing et communication.

LISTE DE COMPÉTENCES

B1.C1. Réaliser un diagnostic interne et externe pour identifier les forces et faiblesses de l'entreprise face aux opportunités et aux risques liés à l'environnement.

B1.C2. Segmenter un marché pour déterminer les cibles de clients potentiels et choisir un positionnement produit.

B1.C3. Analyser des données pour identifier les tendances d'un marché et anticiper les comportements des clients.

B1.C4. Établir le marketing mix d'un produit pour lancer une nouvelle offre sur un marché.

B1.C5. Concevoir un plan de communication multicanal pour diffuser l'information produit vers les acheteurs potentiels et les acteurs internes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas individuelles portant sur l'analyse stratégique de l'environnement et le diagnostic interne de l'entreprise.

L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit et une présentation orale où l'on valide chez l'apprenant la maîtrise des outils d'analyse de l'environnement externe et interne et la capacité à prendre en compte des dimensions multiples dans l'analyse.

Projets Marketing et communication Travail de groupe pour l'élaboration d'une stratégie marketing et communication.

L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit où l'on valide chez l'apprenant la capacité à sourcer et analyser des données en adoptant des méthodologies robustes pour livrer un rendu pertinent.

RNCP36327BC02 — Gérer les finances de l'entreprise en vue d'optimiser la performance économique.

LISTE DE COMPÉTENCES

B2.C1. Intégrer les axes et les objectifs stratégiques pour élaborer un budget prévisionnel pluriannuel.

B2.C2. Analyser et interpréter un bilan et un compte de résultats pour évaluer la santé financière et la performance économique d'une entreprise.

B2.C3. Mobiliser les principaux ratios pour procéder à l'analyse financière et RSE d'une entité économique.

B2.C4. Déterminer les structures de coûts et de marges pour monitorer l'atteinte d'objectifs de rentabilité.

B2.C5. Analyser les cash flows pour mesurer la capacité d'autofinancement de l'entreprise.

B2.C6. Prendre en compte le cadre fiscal et légal pour évaluer le résultat net de fin d'année.

B2.C7. Préparer un audit financier pour évaluer les actifs et analyser la performance opérationnelle d'une entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas individuelles portant sur l'enregistrement des opérations comptables, l'établissement du compte de

résultat et du bilan, les tableaux de cash flows, l'analyse financière sur la base des principaux ratios financiers et RSE, la préparation d'un audit financier, l'incidence fiscale et légale sur la formation du résultat net.

Travaux pratiques : analyse financière et diagnostic de performance RSE d'une société à choisir parmi celles proposées par l'intervenant.

RNCP36327BC03 — Manager les hommes et les projets pour réussir à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

B3.C1. Recueillir les besoins d'un commanditaire international pour les transformer en cahier des charges fonctionnel.

B3.C2. Négocier en langue étrangère avec un commanditaire pour fixer les objectifs et les livrables d'un projet.

B3.C3. Mobiliser les principales techniques de conduite de projet pour exécuter la stratégie et produire des livrables conformes aux attentes du commanditaire.

B3.C4. Répartir les tâches et coordonner les actions à l'intérieur d'un projet ou d'une entité économique pour optimiser la collaboration entre équipes distantes.

B3.C5. Développer son intelligence émotionnelle pour améliorer son efficacité personnelle en comprenant ses émotions et celles des autres.

B3.C6. Prendre en compte le comportement organisationnel et les dynamiques de groupes pour répartir les tâches et les processus dans les équipes.

B3.C7. Participer à la diffusion des principes liés à la RSE et à l'éthique pour assurer un développement durable des activités de l'entreprise.

B3.C8. Adopter une posture d'ouverture et d'écoute pour développer un management multiculturel efficace.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas individuelles portant sur le comportement organisationnel, la théorie des organisations, la dynamique de groupes, et le développement durable.

L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit et une présentation orale où l'on valide chez l'apprenant des compétences de base en management.

Travail de groupe sur projets proposé par les intervenants professionnels au cours duquel les apprenants doivent recueillir les besoins d'un commanditaire en anglais et conduire un projet pour produire les livrables attendus.

L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit et une présentation orale où l'on valide chez l'apprenant la capacité à respecter les objectifs définis au départ pour le projet

RNCP36327BC04 — Intégrer les pratiques du commerce international pour développer les ventes

LISTE DE COMPÉTENCES

B4.C1. Concevoir un plan d'action commercial pour augmenter les parts de marché en préservant les marges.

B4.C2. Mobiliser des connaissances en droit des affaires pour décrypter les principaux enjeux liés à une transaction internationale.

B4.C3. Sélectionner et mettre en place des outils de gestion de la relation client pour mieux fidéliser un acheteur.

B4.C4. Intégrer les ressorts interculturels et le droit des affaires internationales pour mener des négociations commerciales en anglais.

B4.C5. Prendre en compte les contraintes logistiques et douanières pour réaliser les achats de composants et les ventes de produits finis.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas individuelles portant sur l'élaboration d'un plan d'action commercial, le droit des affaires internationales, les contrats de ventes et d'achats à l'international.

L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit où l'on valide chez l'apprenant les compétences de base en commerce international.

Mises en situation

Jeux de rôle managérial proposant plusieurs situations réelles simulées : négociation de contrats commerciaux, gestion d'une chaîne d'approvisionnement, pilotage de l'action commerciale à l'aide d'un logiciel de CRM.

L'évaluation des compétences se fait à travers une observation des attitudes et des comportements et une analyse des décisions prises en situations où sont validés les savoir-faire de l'apprenant en matière de commerce, de négociation, de gestion de la chaîne d'approvisionnement et de CRM.

RNCP36327BC05 — Participer au développement d'une plateforme e-commerce pour proposer une offre de produits ou services via internet

LISTE DE COMPÉTENCES

- B5.C1. Concevoir une offre de produits ou services spécifique accessible via internet pour développer le chiffre d'affaires et les parts de marché.
- B5.C2. Contribuer à la spécification de l'interface entre l'internaute et le site pour optimiser l'expérience client tout au long du processus d'achat.
- B5.C3. Organiser la chaîne d'approvisionnement d'une plateforme e-business pour atteindre les niveaux de disponibilité et de qualité de l'offre attendu par le client.
- B5.C4. Mobiliser les techniques de référencement naturel et de publicité payante pour augmenter la fréquentation du site.
- B5.C5. Analyser les données de trafic sur le site et proposer des améliorations sur le plan de l'ergonomie et de l'expérience client.
- B5.C6. Mettre en œuvre un processus de paiement dématérialisé pour assurer la fluidité et la sécurité de toutes les transactions.
- B5.C7. Mobiliser les langages informatiques appropriés pour coder une page de site web.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Travail de groupe sur un projet proposé par les intervenants professionnels au cours duquel les apprenants doivent définir un projet e-business et réaliser un prototype de plateforme e-business.

L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit et une présentation orale où l'on valide chez l'apprenant la capacité à participer concrètement au développement d'un projet e-business.

Travaux pratiques sur le référencement naturel et l'achat d'espace sur internet, l'analyse du trafic sur la plateforme, le développement de page web spécifique.

L'évaluation des compétences est centrée autour de la maîtrise des outils de référencement (SEO, et SEA) et des analyseurs de trafic (Google Analytics et autres).

RNCP36327BC06 — Mobiliser les techniques de marketing digital pour commercialiser un produit ou un service

LISTE DE COMPÉTENCES

- B6.C1. Concevoir et mettre en œuvre un plan de communication omnicanal pour exploiter les possibilités offertes par le marketing digital.
- B6.C2. Mobiliser les réseaux sociaux pour développer la réputation d'une marque sur internet.
- B6.C3. Sélectionner des prestataires et partenaires externes, fournisseurs d'études de marché ou agences de publicité et de communication digitale, pour optimiser les actions marketing.
- B6.C4. Mettre en place un outil de gestion de la relation clients pour mieux connaître ses besoins et le fidéliser.
- B6.C5. Explorer les enjeux de l'analyse de données massives pour éclairer le champs marketing.
- B6.C6. Prospector de nouveaux clients pour augmenter les parts de marché en respectant les objectifs de marge.
- B6.C7. Mobiliser les techniques avancées de négociation pour conclure un contrat de ventes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas individuelles portant sur l'élaboration d'un plan de communication digital, la mise en place de stratégie globale SEM (SEO, SEA, SMO), contrat de ventes par internet.

L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit où l'on valide chez l'apprenant le niveau de maîtrise des techniques de marketing digital.

Travaux pratiques sur les données massives structurées et non structurées, l'utilisation d'un CRM et les techniques de ventes via les réseaux sociaux.

L'évaluation des compétences est centrée autour de la maîtrise des outils de base pour analyser les données, la maîtrise des techniques de WOM sur internet et des outils logiciels pour la gestion de la relation client (CRM).

RNCP36327BC07 — Intégrer les principales fonctions et processus de l'entreprise pour optimiser le management d'un centre de profit

LISTE DE COMPÉTENCES

- B7.C1. Identifier l'ensemble des parties prenantes pour travailler en réseau avec l'écosystème de l'entité gérée.
- B7.C2. Élaborer un modèle économique pour optimiser la monétisation des activités.
- B7.C3. Mettre en place une organisation, des processus et des procédures de contrôle de manière à assurer le bon

déroulement des opérations.

B7.C4. Mettre en œuvre des indicateurs pour monitorer la performance économique et sociale de l'entité gérée.

B7.C5. Exercer son leadership pour fédérer les équipes, gérer les conflits et susciter l'adhésion des personnels.

B7.C6. Lier le système d'information et les processus de gestion afin de produire un reporting de qualité.

B7.C7. Prendre en compte les contraintes de la chaîne d'approvisionnement pour garantir la disponibilité de l'offre auprès des clients.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas individuelles portant sur l'évaluation de modèles économiques, les indicateurs de performance, les éléments fondamentaux du reporting commercial et financier.

L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit où l'on valide chez l'apprenant le niveau de maîtrise des principaux concepts : KPIs, Reporting et business modèles.

Business Game

Jeu sérieux managérial où les apprenants sont immergés dans un univers compétitif et doivent prendre des décisions pour optimiser la création de valeur au sein d'un centre de profit. L'évaluation est réalisée à travers le simulateur qui évalue la valeur boursière de l'entreprise en fin de période selon les décisions prises par chaque groupe.

RNCP36327BC08 — Intégrer les principales fonctions de l'entreprise pour manager un centre de profit dans le domaine du sport

LISTE DE COMPÉTENCES

B8.C1. Identifier et caractériser l'environnement de l'entité gérée pour tisser des liens avec les acteurs du domaine sportif au sein de l'écosystème visé.

B8.C2. Élaborer un business model pour monétiser des activités liées au management dans le domaine du sport.

B8.C3. Mettre en place une organisation, des processus et des procédures de contrôle de manière à assurer le bon déroulement des opérations.

B8.C4. Mettre en œuvre des indicateurs pour monitorer la performance économique et sociale de l'entité gérée en se comparant aux autres acteurs du domaine sportif visé.

B8.C5. Exercer son leadership pour fédérer les équipes, gérer les conflits et susciter l'adhésion des personnels autour des valeurs et des cultures sportives.

B8.C6. Lier le système d'information et les processus de gestion afin de produire un reporting de qualité.

B8.C7. Prendre en compte les contraintes de la chaîne d'approvisionnement pour garantir la disponibilité de l'offre auprès des clients.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas individuelles portant sur les éléments fondamentaux du reporting commercial et financier ainsi que sur les modèles économiques et les indicateurs de performance en usage dans le domaine sportif.

L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit où l'on valide chez l'apprenant le niveau de maîtrise des principaux concepts : KPIs, reporting et business modèles et sa maîtrise du vocabulaire spécifique au domaine sportif.

Business Game

Jeu sérieux managérial où les apprenants sont immergés dans un univers compétitif et doivent prendre des décisions pour optimiser la création de valeur au sein d'une entreprise spécialisée en management du sport. L'évaluation est réalisée à travers le simulateur qui évalue la valeur boursière de l'entreprise en fin de période.

RNCP36327BC09 — Développer l'intelligence marketing et les relations commerciales internationales pour augmenter le chiffre d'affaires et les parts de marché

LISTE DE COMPÉTENCES

B9.C1 Recueillir et analyser des données pour identifier les nouveaux usages et les nouveaux besoins dans de nouveaux pays.

B9.C2 Transformer les données en informations utiles pour orienter les prises de décision marketing.

B9.C3 Rassembler des informations pour participer à élaboration d'une stratégie marketing par pays.

B9.C4 Prospector de nouveaux clients internationaux pour développer le volume des ventes à l'export.

B9.C5 Intégrer les aspects multiculturels pour gérer des équipes et des opérations à l'international sur plusieurs continents.

B9.C6 Prendre en compte les contraintes d'une chaîne logistique internationale globale pour garantir la disponibilité d'une offre produits ou services auprès des clients.

B9.C7 Mobiliser des connaissances avancées en droit des affaires pour négocier des contrats avec un fournisseurs

ou un client international.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas individuelles portant sur l'analyse stratégiques d'un nouvel environnement – pays, les concepts de culture et de multiculturalité, le droit des affaires internationales.

L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit où l'on valide chez l'apprenant le niveau de maîtrise des principaux thèmes abordés dans les cas.

Business Game

Jeu sérieux managérial où les apprenants sont immergés dans un univers compétitif et doivent prendre des décisions pour concevoir et mettre en œuvre une stratégie de développement commercial à l'international. L'évaluation est réalisée à travers le simulateur qui évalue les parts de marchés et le volume d'affaires réalisé par chaque entreprise en fin de période selon les décisions prises par chaque groupe.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les métiers visés peuvent s'exercer dans tous types de secteurs.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Assistant category manager ; assistant chef de produits, assistant marketing/commercial ; assistant chef de projet ; assistant achat ; technico-commerciaux
- International project coordinator ; logistics operator ; responsable import/export ; responsable zone export ; responsable promotion des ventes ; business developer ; responsable réseau ; responsable achats; chargé de clientèle.

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)	11 462
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	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

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

PROFESSIONNALISATION, VAE

Jury de diplôme composé de :

- un représentant du Recteur d'Académie
- le président et vice-président du jury, enseignant-chercheur nommé par le Recteur d'Académie
- le directeur d'École
- enseignants
- un représentant de l'entreprise

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	8 045 €
Selon la branche	6 000 € – 8 489 €
Prise en charge	Branches concernées
8 045 €	Valeur par défaut · 183 branches
8 489 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE Branche ITV, CPNE des Télécoms, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP Import-Export
8 400 €	CPNEF de l'audiovisuel, CPNEFP commerces quincaillerie, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet, CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
8 435 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation, CPNEFP des commerces de gros
7 702 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP des jardineries et graineteries
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
6 500 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire
6 000 €	CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP de la métallurgie
8 300 €	CPNEF de la Publicité
8 090 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
8 000 €	CPNE chimie
7 927 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 426 €	CPNEFP Sports Loisirs
7 207 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 200 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2024
-------------------------------------	------------

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35847

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36327/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	38
Parcours menés à terme	36
Taux d'achèvement	95 %
Période	12/2022 – 07/2024

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	40
Montant total engagé	155 140 €
Coût moyen par dossier	3 879 €
Durée moyenne	61 h
Période	11/2022 – 03/2024
France compétences	91 %
Entreprise	8 %
Reste à charge titulaire	1 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.