

# Manager de projets interculturels, de la communication et d'événements à l'international

RNCP36580 · RNCP · Publiée

## L'essentiel

|                         |                                   |
|-------------------------|-----------------------------------|
| Niveau de qualification | Niveau 7                          |
| Code(s) NSF             | 320m, 310m                        |
| Formacode(s)            | 15006                             |
| Code(s) ROME            | M1403, E1402, E1107, M1705, E1103 |
| Type d'enregistrement   | Enregistrement sur demande        |
| Date d'enregistrement   | 01/07/2022                        |
| Date d'échéance         | 01/07/2023                        |

## Certificateur(s)

ASS FONDATEURS PROTECT INST CATHO LYON · SIRET : 32693006200145

## Résumé de la certification

### OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le manager de projets interculturels, de la communication et d'événements à l'international est un expert de l'interculturel qui s'est spécialisé en gestion d'équipes et de projets internationaux, notamment dans le domaine de la communication. Pour mettre en œuvre ces activités, il analyse des informations complexes, maîtrise les outils de communication contemporains et utilise plusieurs langues de travail. Le manager de projets interculturels, de la communication et d'événements à l'international exerce principalement en agence spécialisée, en entreprise/organisation multinationale ou en PME, parfois dans des structures privées ou publiques ne disposant pas nécessairement de service marketing ou communication et souhaitant intégrer cette fonction plutôt que de la sous-traiter. Sa fonction consiste à définir et diriger une stratégie de management de projet, de communication, de développement international en intégrant la dimension interculturelle de ses acteurs. Analyste de l'environnement international de l'entreprise, il déploie une méthodologie de projet respectueuse de son contexte, de ses objectifs, de ses parties prenantes et de son impact social (RSE). Ses responsabilités managériales l'amènent à piloter des équipes d'origine diverse autour d'un dessein commun. Il met en œuvre son savoir-faire dans le domaine de la communication opérationnelle multilingue et de la technologie numérique pour réaliser ou superviser (selon son environnement de travail) la réalisation des campagnes, d'événements et de supports adaptés à une cible multiculturelle et plurielle. Il peut mettre en œuvre ses compétences au sein d'un service de communication/marketing, événementiel, un service des ressources humaines pour toute question concernant la mobilité à l'international, la communication interne/externe, ou encore un service commercial et/ou import-export pour toutes les missions liées au développement de nouveaux marchés/projets. Il peut piloter l'organisation d'événements internationaux inscrits dans une vaste campagne de communication ou conçus comme une finalité à part entière.

### ACTIVITÉS VISÉES

Le manager de projets interculturels, de la communication et d'événements à l'international, exerce les activités suivantes :

- Il définit des axes stratégiques d'un projet en contexte international et interculturel.
- Il pilote les projets/événements comportant une dimension interculturelle et/ou internationale.
- Il élabore une stratégie et une politique de la communication/marketing de projet à dimension interculturelle ou internationale.
- Il pilote un plan d'action de communication opérationnel multilingue.

- Il manage des équipes interculturelles et le cas échéant, la mobilité internationale.

#### COMPÉTENCES ATTESTÉES

C.1.1. Analyser l'environnement international (macroéconomique, socio-politique, culturel etc.) d'une entreprise/organisation en utilisant les outils adaptés (matrices, swot, pestel, etc.) pour prospecter ou accompagner le développement d'un projet.

C.1.2. Décoder les situations interculturelles en identifiant des constantes, des écarts et des différences (communicationnelles, culturelles, organisationnelles, linguistiques) à l'aide de grilles et de modèles de lecture interculturelle afin de trouver pour le projet, un terrain de développement.

C.1.3. Proposer un diagnostic de faisabilité en conduisant une analyse fondée sur une recherche de terrain et/ou documentaire, en vue d'élaborer les axes stratégiques de la mise en œuvre d'un ou plusieurs projets dans un contexte international.

C.1.4. Définir les axes stratégiques d'un projet international/interculturel en tenant compte des résultats d'analyse (C.1.3) afin d'assurer la cohérence et la faisabilité du projet

C2.1 Conduire efficacement le déploiement d'un projet/ événement à dimension interculturelle et/ou internationale en utilisant les outils adaptés (retroplanning, business plan, supply chain, tableaux de bord et de suivi, etc.) et en mobilisant les ressources disponibles afin de respecter le cahier des charges.

C.2.2. Gérer le budget fonctionnel en répartissant les ressources financières en fonction des priorités stratégiques et des attentes en matière de RSE, et si besoin, en préconisant une recherche de financement (crowdfunding, mécénat, sponsoring etc.) pour permettre la réalisation de chaque aspect du projet.

C2.3. Sélectionner des prestataires (ou fournisseurs) en élaborant des appels d'offres adaptés pour répondre aux exigences qualitatives du projet.

C2.4. Préconiser les pistes d'amélioration dans la conduite du projet, en temps réel (en cours de réalisation), en utilisant des outils de gestion de projet (QOQCP) afin d'optimiser les ressources disponibles.

C.3.1. Au sein d'une entreprise multinationale, formaliser une politique de communication interne en définissant les objectifs, les outils et les modes de communication adaptés à son implantation géographique et à la diversité culturelle qu'elle héberge afin de favoriser une dynamique managériale étique, de coopération et d'adhésion au projet.

C.3.2. Définir une stratégie de communication externe et multilingue à déployer dans un plan marketing multicanal intégrant les relations publiques (presse, plan média, etc.), en vue d'atteindre les objectifs de l'entreprise dans les zones géographiques concernées.

C3.3. Définir une politique de marque en précisant son identité, ses attributs, ses bénéfices pour les consommateurs locaux et/ou internationaux, ses valeurs, sa personnalité et son appartenance culturelle afin de proposer une politique de communication permettant un capital-marque élevé.

C.3.4. Face à une situation de crise (sanitaire, politique, de notoriété, etc.), concevoir une stratégie de communication adaptée au contexte local et/ou global en évaluant les risques, les bénéfices et l'impact des actions préconisées.

C 4.1. Mettre en œuvre un plan d'action de communication multilingue et multicanal inclusif, en élaborant le rétro planning, le budget, les ressources, les indicateurs de performance, pour s'inscrire dans la stratégie globale de l'entreprise (communication à 360 degrés).

C 4.2. Piloter l'application d'une communication d'influence via une stratégie transmédia numérique en choisissant les canaux et en définissant un plan d'animation des espaces d'échanges online (forums de discussion, blogs, plateformes communautaires, réseaux sociaux), afin d'améliorer l'e-réputation de l'entreprise à l'international et d'établir un lien privilégié avec le public cible.

C 4.3. Coordonner la production de supports de communication variés et multilingues, en maîtrisant les étapes d'élaboration et de production, pour garantir la qualité des supports réalisés et les délais de réalisation.

C 4.4. Rédiger des supports de communication en mobilisant des techniques d'expression multilingue (transcréation), de storytelling et plus largement, des compétences rédactionnelles, adaptées à différents formats (digital, communiqués de presse, newsletters, discours) pour attirer l'attention des cibles visées (journalistes, institutions, grand public).

C. 4. 5. Superviser la réalisation de supports en s'assurant de la bonne utilisation des logiciels de création (PAO, logiciels de montage vidéo/photo) afin d'assurer la qualité et l'identité graphiques des productions.

C 4.6. Adapter les supports existants à un public porteur d'un handicap en maîtrisant les techniques et les outils de webdesign adaptées (contenu graphique adapté : choix de la police, contraste des couleurs, mise en forme, etc. ; outils d'audiodescription multilingue, ergonomie du site).

C 4.6. Mesurer l'impact des actions de communication/ marketing en analysant le degré de réalisation des objectifs

quantitatifs et qualitatifs (type ROI) afin de proposer des actions correctrices le cas échéant.

C 4.7. Mesurer l'impact des actions de communication/ marketing en analysant le degré de réalisation des objectifs quantitatifs et qualitatifs (type ROI) afin de proposer des actions correctrices le cas échéant.

C.4.8. Superviser l'optimisation du site web de l'entreprise en maîtrisant les règles de référencement, de rédaction inclusive ; en interprétant les indicateurs de webanalytics afin d'augmenter la visibilité de l'entreprise sur internet et créer un sentiment de confiance auprès des clients.

C 5.1. Encadrer une équipe interculturelle en tenant compte de la diversité de ses valeurs ( et modèles d'analyse interculturelle telles que celles de G.Hofstede; E. Hall ; R. Lewis ; Ph. D'Iribarne ; F. Trompenaars), en la fédérant autour d'un projet et en répartissant les missions afin d'assurer la cohésion de l'équipe et l'optimisation de tâches.

C 5.2. Superviser le travail d'une équipe (en distanciel et présentiel) en organisant des points d'étape, en utilisant les outils d'animation et /ou de facilitation, et en définissant des modalités de suivi et de reporting pour s'assurer de la fluidité et l'efficacité au sein du groupe.

C.5.3. Coordonner une équipe interculturelle inclusive, ouverte et créative en développant ses soft skills (émotions, écoute active, reformulation), son esprit d'initiative (leadership) et ses capacités d'adaptation pour apporter des solutions et mener à bien le projet.

## Blocs de compétences

### RNCP36580BC01 — Définir les axes stratégiques d'un projet en contexte international et interculturel

#### LISTE DE COMPÉTENCES

C.1.1. Analyser l'environnement international (macroéconomique, socio-politique, culturel etc.) d'une entreprise/organisation en utilisant les outils adaptés (matrices, swot, pestel, etc.) pour prospecter ou accompagner le développement d'un projet.

C.1.2. Décoder les situations interculturelles en identifiant des constantes, des écarts et des différences (communicationnelles, culturelles, organisationnelles, linguistiques) à l'aide de grilles et de modèles de lecture interculturelle afin de trouver pour le projet, un terrain de développement.

C.1.3. Proposer un diagnostic de faisabilité en conduisant une analyse fondée sur une recherche de terrain et/ou documentaire, en vue d'élaborer les axes stratégiques de la mise en œuvre d'un ou plusieurs projets dans un contexte international.

C.1.4. Définir les axes stratégiques d'un projet international/interculturel en tenant compte des résultats d'analyse (C.1.3) afin d'assurer la cohérence et la faisabilité du projet

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Thème : analyse d'une situation interculturelle dans le but d'élaborer une solution ou une médiation

Type : étude de cas

Forme : dossier écrit

Conditions de production : travail en groupe

Les apprenants rédigent un diagnostic d'une situation interculturelle, une analyse de la situation interculturelle, une proposition de stratégie de médiation et d'adaptation ; et des recommandations aux donneurs d'ordres afin de pacifier la divergence interculturelle.

Thème : recherche appliquée dans un domaine relatif aux missions du stage : communication, marketing, événementiel, management international.

Type : réalisation d'un dossier professionnel

Forme : dossier écrit

Conditions de production : travail individuel

Les apprenants rédigent une problématisation du cas pratique, une revue de littérature académique ajustée à la problématique identifiée, une analyse de l'entreprise et de son environnement, une méthodologie de recherche et une réponse à la problématique.

Thème : analyse d'une organisation internationale, de son environnement, et présentation de recommandations stratégiques répondant au cahier des charges du donneur d'ordres.

Type : étude de cas réel

Forme :

dossier écrit + soutenance orale devant un jury

Conditions de

production : travail en groupe

Les apprenants rédigent une analyse de l'environnement, une analyse de l'organisation internationale, des axes stratégiques du projet interculturel et/ou du développement à l'international.

### **RNCP36580BC02 — Piloter des projets/événements comportant une dimension interculturelle et/ou internationale**

#### **LISTE DE COMPÉTENCES**

C2.1 Conduire efficacement le déploiement d'un projet/ événement à dimension interculturelle et/ou internationale en utilisant les outils adaptés (retroplanning, business plan, supply chain, tableaux de bord et de suivi, etc.) et en mobilisant les ressources disponibles afin de respecter le cahier des charges.

C2.2. Gérer le budget fonctionnel en répartissant les ressources financières en fonction des priorités stratégiques et des attentes en matière de RSE, et si besoin, en préconisant une recherche de financement (crowdfunding, mécénat, sponsoring etc.) pour permettre la réalisation de chaque aspect du projet.

C2.3. Sélectionner des prestataires (ou fournisseurs) en élaborant des appels d'offres adaptés pour répondre aux exigences qualitatives du projet.

C2.4. Préconiser les pistes d'amélioration dans la conduite du projet, en temps réel (en cours de réalisation), en utilisant des outils de gestion de projet (QOQCP) afin d'optimiser les ressources disponibles.

#### **MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Thème : gestion d'un projet/ événement comportant une dimension interculturelle et/ou internationale

Type : organisation d'événement

Forme : mise en situation réelle

Conditions de production : travail en groupe

Les apprenants organisent un événement impliquant de mettre en œuvre les étapes de planification du projet, la sélection de prestataires, un plan logistique : gestion de ressources et de produits ; un programme précis de l'événement - l'accueil d'un public (fréquentation de l'événement en présentiel si possible ou à distance le cas échéant).

Thème : action de remédiation pour améliorer la gestion d'un projet en cours de réalisation

Type : rapport écrit en langue étrangère

Forme : restitution d'une mise en situation réelle expérimentée lors d'un stage professionnel.

Conditions de production : travail individuel

L'apprenant rédige une présentation de l'entreprise incluant sa charte RSE, une présentation du projet sous la forme QOQCP, la listes de difficultés rencontrées, des recommandations et pistes d'amélioration, respectueuses du RSE, formulées en temps réel à l'occasion du stage, lors de la mise en œuvre du projet.

### **RNCP36580BC03 — Élaborer une stratégie de communication/marketing à l'international pour un projet à dimension interculturelle ou internationale**

#### **LISTE DE COMPÉTENCES**

C3.1. Au sein d'une entreprise multinationale, formaliser une politique de communication interne en définissant les objectifs, les outils et les modes de communication adaptés à son implantation géographique et à la diversité culturelle qu'elle héberge afin de favoriser une dynamique managériale éthique, de coopération et d'adhésion au projet.

C3.2. Définir une stratégie de communication externe et multilingue à déployer dans un plan marketing multicanal intégrant les relations publiques (presse, plan média, etc.), en vue d'atteindre les objectifs de l'entreprise dans les zones géographiques concernées.

C3.3. Définir une politique de marque en précisant son identité, ses attributs, ses bénéfices pour les consommateurs locaux et/ou internationaux, ses valeurs, sa personnalité et son appartenance culturelle afin de proposer une politique de communication permettant un capital-marque élevé.

C3.4. Face à une situation de crise (sanitaire, politique, de notoriété, etc.), concevoir une stratégie de communication adaptée au contexte local et/ou global en évaluant les risques, les bénéfices et l'impact des actions préconisées.

#### **MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Thème : élaboration d'une stratégie de la communication/marketing interne et externe adaptée à deux zones culturelles distinctes.

Type : étude de cas

Forme : dossier écrit + soutenance orale

Conditions de production : travail en groupe

Les apprenants rédigent une proposition d'objectifs pour une stratégie de communication interne et externe commune, à décliner/ adapter dans chacun des pays visés ; pour chaque pays, une évaluation des ressources nécessaires (budget, ressources humaines et matérielles) ; une description de la cible pour chaque pays, en tenant compte, le cas échéant, des spécificités interculturelles à prendre en compte dans le contexte donné ; une définition du positionnement par rapport aux concurrents ; une définition de la politique de marque ; une présentation du plan de communication pour chaque pays (éléments standardisés et les éléments adaptés aux cultures locales) ; et la définition d'un plan media.

Thème : gestion de crise (sanitaire, politique ou d'image) et une proposition d'une stratégie adaptée

Type : étude de cas

Forme : dossier écrit + soutenance orale

Conditions de production : travail en groupe

Les apprenants rédigent une évaluation des risques ; une stratégie de communication adaptée au contexte local/global et à la nature de la crise (le degré d'urgence, le temps disponible, le lieu et la cible associés, les contraintes, etc.) ; et la prévision de l'impact des actions préconisées.

## **RNCP36580BC04 — Piloter des actions de communication opérationnelle multilingue**

### **LISTE DE COMPÉTENCES**

C 4.1. Mettre en œuvre un plan d'action de communication multilingue et multicanal inclusif, en élaborant le rétro planning, le budget, les ressources, les indicateurs de performance, pour s'inscrire dans la stratégie globale de l'entreprise (communication à 360 degrés).

C 4.2. Piloter l'application d'une communication d'influence via une stratégie transmédia numérique en choisissant les canaux et en définissant un plan d'animation des espaces d'échanges online (forums de discussion, blogs, plateformes communautaires, réseaux sociaux), afin d'améliorer l'e-réputation de l'entreprise à l'international et d'établir un lien privilégié avec le public cible.

C 4.3. Coordonner la production de supports de communication variés et multilingues, en maîtrisant les étapes d'élaboration et de production, pour garantir la qualité des supports réalisés et les délais de réalisation.

C 4.4. Rédiger des supports de communication en mobilisant des techniques d'expression multilingue (transcréation), de storytelling et plus largement, des compétences rédactionnelles, adaptées à différents formats (digital, communiqués de presse, newsletters, discours) pour attirer l'attention des cibles visées (journalistes, institutions, grand public).

C. 4. 5. Superviser la réalisation de supports en s'assurant de la bonne utilisation des logiciels de création (PAO, logiciels de montage vidéo/photo) afin d'assurer la qualité et l'identité graphiques des productions.

C 4.6. Adapter les supports existants à un public porteur d'un handicap en maîtrisant les techniques et les outils de webdesign adaptées (contenu graphique adapté : choix de la police, contraste des couleurs, mise en forme, etc. ; outils d'audiodescription multilingue, ergonomie du site).

C 4.7. Mesurer l'impact des actions de communication/ marketing en analysant le degré de réalisation des objectifs quantitatifs et qualitatifs (type ROI) afin de proposer des actions correctrices le cas échéant.

C.4.8. Superviser l'optimisation du site web de l'entreprise en maîtrisant les règles de référencement, de rédaction inclusive ; en interprétant les indicateurs de webanalytics afin d'augmenter la visibilité de l'entreprise sur internet et créer un sentiment de confiance auprès des clients.

### **MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Thème : application d'un plan d'action multicanal et multilingue

Type : restitution d'une mise en situation simulée

Forme : dossier écrit

Conditions de production : travail individuel

Les apprenants rédigent une proposition d'actions multicanales tenant compte de la langue et de la cible visées ; le retro planning des actions ; l'estimation du budget et des ressources matérielles et humaines et une définition des indicateurs de suivi de réalisation des actions.

Thème : élaboration d'une campagne promotionnelle multilingue

Type : restitution d'une mise en situation simulée

Forme : dossier écrit + soutenance orale dans une langue étrangère

Conditions de production : travail en groupe

Les apprenants rédigent une définition des objectifs de la campagne et du public concerné (cible) ; le retroplanning des actions promotionnelles pour cette campagne ; les messages, et proposent des contenus visuels pour les

supports print, web et vidéo.

Thème : mise en œuvre de la stratégie digitale

Type : Étude de cas

Forme : dossier écrit

Conditions de production : travail en groupe

Les apprenants rédigent une description de la stratégie située dans son contexte, et des étapes de mise en œuvre ; une évaluation du budget ; une description des 3 exemples des actions web inclusifs adapté aux objectifs et à la cible. Ils réalisent 3 supports multilingues pour ces 3 actions.

Thème : optimisation du référencement du site web d'une entreprise grâce au suivi des indicateurs

Type : étude de cas

Forme : dossier écrit

Conditions de production : travail individuel

Les apprenants rédigent une analyse du contexte (entreprise, environnement, cible) ; une analyse des indicateurs des webanalytics

; une proposition de tableaux de bord servant à suivre les indicateurs.

## **RNCP36580BC05 — Manager des équipes-projet interculturelles**

### **LISTE DE COMPÉTENCES**

C 5.1. Encadrer une équipe interculturelle en tenant compte de la diversité de ses valeurs ( et modèles d'analyse interculturelle telles que celles de G.Hofstede; E. Hall ; R. Lewis ; Ph. D'Iribarne ; F. Trompenaars), en la fédérant autour d'un projet et en répartissant les missions afin d'assurer la cohésion de l'équipe et l'optimisation de tâches.

C 5.2. Superviser le travail d'une équipe (en distanciel et présentiel) en organisant des points d'étape, en utilisant les outils d'animation et /ou de facilitation, et en définissant des modalités de suivi et de reporting pour s'assurer de la fluidité et l'efficacité au sein du groupe.

C.5.3. Coordonner une équipe interculturelle inclusive, ouverte et créative en développant ses soft skills (émotions, écoute active, reformulation), son esprit d'initiative (leadership) et ses capacités d'adaptation pour apporter des solutions et mener à bien le projet.

### **MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Thème : organisation d'une activité de valorisation de la diversité culturelle

Forme : Mise en situation réelle

Conditions de production : travail en groupe

Les apprenants organisent un événement impliquant de mettre en œuvre de la constitution d'une équipe de 3 nationalités minimum ; la valorisation d'un aspect culturel ou historique (ex : sortie d'un livre ou d'un film, commémoration d'une figure ou personnalité marquante, fête nationale.)

Thème : gestion d'une équipe interculturelle

Type : étude de cas fictif ou réel

Forme : dossier écrit

Conditions de production : travail individuel

Les apprenants rédigent à partir d'un cas d'étude, une liste raisonnée des facteurs culturels divergents au sein d'une équipe ainsi que des points de convergence.

Une proposition de méthodologie de travail collaboratif, respectueuse des différences.

## **Secteur d'activité et type d'emploi**

### **SECTEURS D'ACTIVITÉS**

Le manager de projets interculturels, de la communication et d'événements à l'international peut exercer ses fonctions au sein d'une entreprise nationale ou inter/multinationale ou ayant des clients et/ou des fournisseurs étrangers. Il peut également exercer ses fonctions dans une agence prestataire de services (communication, événementiel, publicité...) pour le compte d'une entreprise, à la fois dans le secteur privé ou publique ainsi que dans des organisations à but non-lucratif (ONG) ; la taille de la structure peut varier de TPE à grande entreprise (+ de 500 salariés).

### **TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES**

Responsable communication internationale

Responsable de la stratégie numérique

Chargé de développement

Responsable RP  
Concepteur / coordinateur d'événements  
Responsable marketing international  
Responsable de la communication interne  
Responsable de la mobilité internationale

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ  
Non concerné.

## Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tension de recrutement (DARES 2024)</b> | Faible (2/5)<br>Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 4 sur 5.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Facteurs principaux</b>                 | Manque de main-d'œuvre disponible                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Salaire médian (mensuel)</b>            | 2 975 €                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Familles professionnelles (FAP)</b>     | L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques · tension 4/5 (Élevée)<br>L5X93 — Chargés d'études socio-économiques · tension 3/5 (Modérée)<br>R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée)<br>R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)<br>U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible)<br>U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) |
| <b>Projets de recrutement (BMO 2026)</b>   | 16 726                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Jugés difficiles à recruter</b>         | 27 %                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Emplois saisonniers</b>                 | 10 %                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Familles professionnelles (FAP)</b>     | L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques<br>L5X93 — Chargés d'études socio-économiques<br>R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)<br>R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique<br>U0X80 — Assistants de la communication<br>U0X90 — Cadres de la communication                                                                                                                                                       |

## Voies d'accès

### PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

- Être titulaire du baccalauréat français ou d'un titre officiellement reconnu équivalent.
- Être titulaire d'une Licence LEA (Langues Étrangères Appliquées) ou de tout diplôme jugé équivalent de niveau 6 en communication/marketing ou en langues (LLCE)
- Avoir un projet professionnel lié aux langues, à la communication à l'international, au management interculturel
- Avoir deux ou trois langues de travail :

Français (obligatoire) : niveau C2 selon le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues

Anglais (obligatoire) : niveau C1

Au choix : allemand / chinois / espagnol / italien (facultatif) : niveau C1

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

Le jury de validation de la certification est composé de 3 professionnels des métiers préparés par la certification, du

Directeur de l'organisme certificateur et du responsable de la formation.

#### COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de validation de la certification par la VAE est composé au minimum de 2 professionnels des métiers préparés par la certification, du Directeur de l'organisme certificateur et du responsable de la formation.

## 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).

|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Prise en charge usuelle</b> | 7 733 €                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Selon la branche</b>        | 6 500 € – 8 144 €                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Prise en charge</b>         | <b>Branches concernées</b>                                                                                                                                                                                                                                             |
| 7 733 €                        | Valeur par défaut · 201 branches                                                                                                                                                                                                                                       |
| 8 144 €                        | CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC), CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat, CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement |
| 7 862 €                        | CPNEF Spectacle Vivant, CPNEF de l'audiovisuel                                                                                                                                                                                                                         |
| 7 500 €                        | CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films                                                                                                          |
| 7 600 €                        | CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles                                                                                                                                                                                          |
| 7 440 €                        | CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil                                                                                                                                                                                                         |
| 7 000 €                        | CPNEFP de la métallurgie                                                                                                                                                                                                                                               |
| 6 500 €                        | CNPE de la Plasturgie et des Composites                                                                                                                                                                                                                                |

## Base légale

|                                            |            |
|--------------------------------------------|------------|
| <b>Date de décision</b>                    | 01/07/2022 |
| <b>Durée de l'enregistrement</b>           | 1 an       |
| <b>Date d'échéance de l'enregistrement</b> | 01/07/2023 |

## Statistiques

| Année | Certifiés | Dont VAE | Insertion 6 mois | Métier 2 ans |
|-------|-----------|----------|------------------|--------------|
| 2021  | 29        | 2        | 82 %             | —            |
| 2020  | 24        | 0        | 78 %             | 62 %         |
| 2019  | 17        | 0        | 100 %            | 88 %         |

## Liens avec d'autres certifications

#### ANCIENNES VERSIONS

RNCP17270

#### NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP37804

## Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

[https://www.estri.fr/nos-formations/bac-5-management-interculturel-communication-et-evenementiel/?gclid=EAlaIQobChMI-bL459vl8wIVioBQBh3xbADqEAAYASAAEgle0\\_D\\_BwE](https://www.estri.fr/nos-formations/bac-5-management-interculturel-communication-et-evenementiel/?gclid=EAlaIQobChMI-bL459vl8wIVioBQBh3xbADqEAAYASAAEgle0_D_BwE)

### Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36580/>