

Diplôme d'enseignement supérieur en management international

RNCP36813 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	310
Formacode(s)	34260, 34287, 34052
Code(s) ROME	N1301, M1101, M1707
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

ECOLE DE MANAGEMENT DE NORMANDIE OU EM NORMANDIE · SIRET : 47980663000055

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le diplôme d'enseignement supérieur en management international de l'EM Normandie vise à certifier des responsables opérationnels d'entreprises, capables de s'intégrer dans un environnement international, en maîtrisant l'anglais des affaires et en comprenant les enjeux multiculturels. Ils bénéficient d'une maîtrise opérationnelle des outils de gestion (techniques de marketing et de vente, fondamentaux de la comptabilité et de la finance, outils informatiques de gestion) et sont sensibles aux problématiques de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise.

ACTIVITÉS VISÉES

1. Assurer sa mission dans un environnement évolutif
2. Gérer des opérations de l'entreprise en local et à l'international
3. Elaborer et mettre en œuvre un plan marketing et commercial de façon responsable
4. Travailler en équipe en local et à l'international
5. Utiliser les outils numériques et le travail à distance

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Assurer sa mission dans un environnement évolutif

- Identifier ses interlocuteurs afin de se situer
- Décrypter les différents enjeux de son métier afin de les assimiler
- Déterminer son rôle dans le service pour identifier ses responsabilités et les exercer
- S'autoévaluer pour améliorer sa performance
- Repérer les principaux acteurs de l'environnement externe de l'entreprise pour les étudier
- Décrypter les rapports de force entre l'entreprise et chacun des acteurs de l'environnement externe en vue de les intégrer dans l'analyse
- Chercher, trier et exploiter l'information par rapport à l'environnement et à l'entreprise pour faire des choix opérationnels

Gérer des opérations de l'entreprise en local et à l'international

- Suivre les opérations de production pour assurer la continuité de l'activité production
- Suivre les opérations de vente pour atteindre les objectifs vente préétablis

- Gérer la temporalité des activités individuelles et de groupe afin d'éviter toute rupture et redondance
 - Veiller au respect des exigences, objectifs et deadlines pour honorer les engagements individuels, de l'équipe et de l'entreprise
 - Préparer le contrat d'export pour formaliser l'échange commercial
 - Surveiller la préparation des commandes export en vue de sa bonne réalisation conformément aux engagements pris par l'entreprise envers le client
 - Suivre les opérations financières (banque et assurance) liées à l'export afin de s'assurer de leur conformité
 - Superviser les opérations logistiques liées à l'export en vue d'assurer la livraison de la commande
 - Traiter les réclamations clients afin de respecter l'engagement pris et maintenir leur satisfaction
- Elaborer et mettre en œuvre un plan marketing et commercial de façon responsable
- Caractériser son marché pour identifier le positionnement commercial de son entreprise en menant une étude du secteur d'activité
 - Identifier les segments cibles (client-produit et/ou service) en vue de développer le marketing-mix
 - Analyser le comportement des consommateurs ou clients potentiels et étudier son évolution en vue d'adapter l'offre et de développer de nouveaux produits
 - Identifier les opportunités commerciales au niveau national et international pour élargir les parts de marchés de l'entreprise
 - Définir des objectifs marketing et de vente à court et moyen terme pour établir un plan de vente
 - Définir une liste d'actions marketing et les indicateurs de suivi en vue de conquérir des segments de consommateurs/clients
 - Préparer un budget marketing afin de débloquer les fonds nécessaires et assurer le suivi financier du plan marketing
 - Gérer la temporalité de la mise en œuvre des actions marketing et commerciales pour les séquencer et s'assurer de l'atteinte des objectifs préétablis dans les temps définis
 - Identifier les problèmes de la mise en œuvre du plan afin de les résoudre
 - Rendre compte des actions menées grâce à des indicateurs de suivi afin de s'assurer de la bonne mise en œuvre du plan
 - Assurer une veille informationnelle sur les concurrents et les clients afin de les connaître
 - Préparer une typologie des marchés et des clients pour les classer par secteur et par importance
 - Préparer l'offre et l'argumentaire et traiter les objections en vue de conclure la transaction
 - Ecouter activement son client et gérer l'évolution des échanges/négociations afin de bien connaître ses besoins et y répondre
 - Valider l'offre finale pour passer à la préparation de la commande
- Travailler en équipe en local et à l'international
- Décrypter la culture de l'entreprise et du service afin d'adapter son comportement
 - Décrypter les rapports de forces et les équilibres de pouvoir au sein d'une équipe constituée pour déterminer son champ d'action
 - Communiquer efficacement et à échéances régulières avec sa hiérarchie et ses coéquipiers tant en présentiel qu'à distance afin de garantir la continuité des échanges et des actions
 - Traduire les objectifs de sa direction en actions concrètes pour les concrétiser
 - Respecter les cahiers des charges afin de remplir les engagements de l'entreprise
 - Prendre des initiatives en cohérences avec les objectifs de son service en vue de développement de l'intelligence collective
 - Questionner les pratiques de son entreprise et ses propres pratiques au regard de la responsabilité éthique et sociétale de l'entreprise en vue de les améliorer
 - Respecter les règles juridiques et éthiques dans la conduite de ses actions afin d'être en harmonie avec son environnement
 - Mobiliser à bon escient les concepts interculturels pour comprendre les caractéristiques de son équipe
 - Décrypter les codes d'une autre culture que la sienne pour mieux la comprendre
 - Faire preuve d'ouverture et de capacité d'écoute à d'autres modèles de pensée en vue de faciliter l'échange
 - Communiquer efficacement dans une langue étrangère à l'écrit et l'oral
- Utiliser les outils numériques et le travail à distance
- Etablir une recherche ciblée d'informations sur le Web afin de se renseigner
 - Identifier les sources numériques d'informations en vue de les exploiter
 - Faire le tri des informations en ligne en vue de les catégoriser

- Assurer une veille informationnelle en ligne pour actualiser ses connaissances
- Utiliser le web pour générer des données consommateurs et des données clients (enquêtes, sondages, etc)
- Utiliser les outils d'analyse de données en ligne comme Google analytics, Facebook analytics, etc pour interpréter les données
- Analyser les données numériques pour étudier le comportement du client et/ou consommateur
- Conduire des actions de marketing digital afin d'influencer le comportement de la cible
- Suivre des opérations de e-commerce pour développer les ventes en ligne de l'entreprise
- Communiquer avec les outils digitaux en vue de collaborer avec des personnes/groupes à distance
- Gérer son autonomie à distance pour assurer ses responsabilités et tenir ses engagements
- Faire un reporting adapté pour permettre le suivi des projets et des actions

Blocs de compétences

RNCP36813BC01 — Assurer sa mission dans un environnement évolutif

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier ses interlocuteurs afin de se situer

Décrypter les différents enjeux de son métier afin de les assimiler

Déterminer son rôle dans le service pour identifier ses responsabilités et les exercer

S'autoévaluer pour améliorer sa performance

Repérer les principaux acteurs de l'environnement externe de l'entreprise pour les étudier

Décrypter les rapports de force entre l'entreprise et chacun des acteurs de l'environnement externe en vue de les intégrer dans l'analyse

Chercher, trier et exploiter l'information par rapport à l'environnement et à l'entreprise pour faire des choix opérationnels

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas individuel

Stage découverte en première année

Analyse PESTEL d'une entreprise réelle, travail en groupe avec rendu écrit

RNCP36813BC02 — Gérer des opérations de l'entreprise en local et à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

Suivre les opérations de production pour assurer la continuité de l'activité production

Suivre les opérations de vente pour atteindre les objectifs vente préétablis

Gérer la temporalité des activités individuelles et de groupe afin d'éviter toute rupture et redondance

Veiller au respect des exigences, objectifs et deadlines pour honorer les engagements individuels, de l'équipe et de l'entreprise

Préparer le contrat d'export pour formaliser l'échange commercial

Surveiller la préparation des commandes export en vue de sa bonne réalisation conformément aux engagements pris par l'entreprise envers le client

Suivre les opérations financières (banque et assurance) liées à l'export afin de s'assurer de leur conformité

Superviser les opérations logistiques liées à l'export en vue d'assurer la livraison de la commande

Traiter les réclamations clients afin de respecter l'engagement pris et maintenir leur satisfaction

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examens écrits des modules de gestion de la production, finance et marketing.

Examen à l'école sous la forme d'exercices à résoudre

Partie 1 du business challenge international.

Un challenge international entre des équipes d'étudiants de différentes nationalités avec rendus oral et écrit.

Stage en commerce international

RNCP36813BC03 — Elaborer et mettre en œuvre un plan marketing et commercial de façon responsable

LISTE DE COMPÉTENCES

Caractériser son marché pour identifier le positionnement commercial de son entreprise en menant une étude du secteur d'activité

Identifier les segments cibles (client-produit et/ou service) en vue de développer le marketing-mix

Analyser le comportement des consommateurs ou clients potentiels et étudier son évolution en vue d'adapter l'offre et de développer de nouveaux produits

Identifier les opportunités commerciales au niveau national et international pour élargir les parts de marchés de l'entreprise

Définir des objectifs marketing et de vente à court et moyen terme pour établir un plan de vente

Définir une liste d'actions marketing et les indicateurs de suivi en vue de conquérir des segments de consommateurs/clients

Préparer un budget marketing afin de débloquer les fonds nécessaires et assurer le suivi financier du plan marketing

Gérer la temporalité de la mise en œuvre des actions marketing et commerciales pour les séquencer et s'assurer de l'atteinte des objectifs préétablis dans les temps définis

Identifier les problèmes de la mise en œuvre du plan afin de les résoudre

Rendre compte des actions menées grâce à des indicateurs de suivi afin de s'assurer de la bonne mise en œuvre du plan

Assurer une veille informationnelle sur les concurrents et les clients afin de les connaître

Préparer une typologie des marchés et des clients pour les classer par secteur et par importance

Préparer l'offre et l'argumentaire et traiter les objections en vue de conclure la transaction

Ecouter activement son client et gérer l'évolution des échanges/négociations afin de bien connaître ses besoins et y répondre

Valider l'offre finale pour passer à la préparation de la commande

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier étude de marché avec rendus oral et écrit sous forme de rapport final

Partie 2 du business challenge international : conception d'une stratégie marketing

Mise en situation de négociation réelle et jeux de rôles dans le cadre du cours « Business negotiation » : deux jeux de rôles avec niveau de complexité évolutive

RNCP36813BC04 — Travailler en équipe en local et à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

Décrypter la culture de l'entreprise et du service afin d'adapter son comportement

Décrypter les rapports de forces et les équilibres de pouvoir au sein d'une équipe constituée pour déterminer son champ d'action

Communiquer efficacement et à échéances régulières avec sa hiérarchie et ses coéquipiers tant en présentiel qu'à distance afin de garantir la continuité des échanges et des actions

Traduire les objectifs de sa direction en actions concrètes pour les concrétiser

Respecter les cahiers des charges afin de remplir les engagements de l'entreprise

Prendre des initiatives en cohérences avec les objectifs de son service en vue de développement de l'intelligence collective

Questionner les pratiques de son entreprise et ses propres pratiques au regard de la responsabilité éthique et sociétale de l'entreprise en vue de les améliorer

Respecter les règles juridiques et éthiques dans la conduite de ses actions afin d'être en harmonie avec son environnement

Mobiliser à bon escient les concepts interculturels pour comprendre les caractéristiques de son équipe

Décrypter les codes d'une autre culture que la sienne pour mieux la comprendre

Faire preuve d'ouverture et de capacité d'écoute à d'autres modèles de pensée en vue de faciliter l'échange

Communiquer efficacement dans une langue étrangère à l'écrit et l'oral

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Observation en situation réelle de conduite de projets dans le cadre du cours leadership et management des équipes (avec préparation dans différents projets de groupe multiculturel tout au long du parcours)

Projet associatif RSE et développement durable : les étudiants travaillent sur une problématique sociétale

Challenge international et séjours internationaux

RNCP36813BC05 — Utiliser les outils numériques et le travail à distance

LISTE DE COMPÉTENCES

Etablir une recherche ciblée d'informations sur le Web afin de se renseigner

Identifier les sources numériques d'informations en vue de les exploiter

Faire le tri des informations en ligne en vue de les catégoriser
 Assurer une veille informationnelle en ligne pour actualiser ses connaissances
 Utiliser le web pour générer des données consommateurs et des données clients (enquêtes, sondages, etc)
 Utiliser les outils d'analyse de données en ligne comme Google analytics, Facebook analytics, etc pour interpréter les données
 Analyser les données numériques pour étudier le comportement du client et/ou consommateur
 Conduire des actions de marketing digital afin d'influencer le comportement de la cible
 Suivre des opérations de e-commerce pour développer les ventes en ligne de l'entreprise
 Communiquer avec les outils digitaux en vue de collaborer avec des personnes/groupes à distance
 Gérer son autonomie à distance pour assurer ses responsabilités et tenir ses engagements
 Faire un reporting adapté pour permettre le suivi des projets et des actions

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Tous les projets de la formation
 Projet de digital marketing. Travail en groupe de conduite d'une campagne de e-commerce et de marketing digital
 Business game
 Travaux à distance à l'aide d'outils couramment utilisés dans les organisations

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire du diplôme d'enseignement supérieur en management international de l'EM Normandie peut exercer son activité dans des secteurs très diversifiés :

- Commerce
- Logistique / Supply chain
- Audit / Conseil
- Finance / Gestion / Comptabilité

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le titulaire de la certification occupe des fonctions de responsable opérationnel (variant selon l'option de 3ème année choisie), telles que :

- Responsable achats
- Acheteur international
- Responsable logistique
- Assistant chef de produit
- Responsable e-business
- Community manager
- Référencier
- Responsable point de vente
- Chargé de marketing digital
- Responsable CRM
- Responsable qualité services

Marché du travail

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

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 442 €

Familles professionnelles (FAP)	J0X33 — Magasiniers et préparateurs de commandes peu qualifiés · tension 2/5 (Faible) J0X34 — Magasiniers et préparateurs de commande qualifiés · tension 3/5 (Modérée) J1X80 — Responsable du magasinage et de la logistique (non cadres) · tension 5/5 (Très élevée) J6X92 — Cadres de la logistique · tension 2/5 (Faible) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats · tension 5/5 (Très élevée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	50 424
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	26 %
Familles professionnelles (FAP)	J0X33 — Magasiniers et préparateurs de commandes peu qualifiés J0X34 — Magasiniers et préparateurs de commande qualifiés J1X80 — Responsable du magasinage et de la logistique (non cadres) J6X92 — Cadres de la logistique R1X68 — Employés des services commerciaux R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

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

- Le Président, enseignant-chercheur Professeur des universités ou Maître de conférences
- Le Vice-Président
- Le Secrétaire, recteur d'académie (ou son représentant)
- Le Directeur Général de l'EM Normandie (ou son représentant)
- Des professeurs de l'école, proposés par le Directeur de l'école

COMPOSITION DU JURY — VAE

Cinq membres au minimum nommés par le directeur académique, en veillant à assurer une représentation équilibrée entre les femmes et les hommes, dont :

- Le Président, directeur académique
- Un enseignant-chercheur ayant des activités en formation continue
- Des professionnels (nommés en fonction de leur compétence, aptitudes et qualifications)

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	8 692 €
Selon la branche	6 000 € – 8 760 €

Prise en charge	Branches concernées
8 692 €	Valeur par défaut · 185 branches
8 760 €	CPNE des Télécoms, CPNE des exploitations frigorifiques, CPNEF de la Branche des organismes de formation, CPNEFP Import-Export, CPNEFP Sports Loisirs
8 757 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP Transformation Laitière, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP de la métallurgie
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
8 730 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
8 500 €	CPNE de l'immobilier
8 400 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 336 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 090 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
7 000 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant

Base légale

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

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35643

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40726

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36813/>