

Diplôme de Management International

RNCP38763 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	32120, 34554, 32006, 34271, 34052
Code(s) ROME	M1707, D1406, M1703, M1705, M1704
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2029

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 de la certification accomplit les activités suivantes :

Activités liées aux 4 blocs de tronc commun

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

- 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

Gérer les finances de l'entreprise en vue d'optimiser la performance économique et RSE

- Gestion financière de l'entreprise
- Optimisation de la performance économique
- Introduction d'indicateurs de performance en lien avec la RSE

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

- Management des hommes
- Conduite de projets à l'international
- Coordination et répartition des tâches
- Définition des livrables et des jalons d'un projet

Intégrer les pratiques du commerce international pour développer les ventes

- Conception d'un plan d'action commercial
- Développement des ventes et des parts de marché à l'international
- Conduite de négociation en anglais
- Achats de composants à l'international

Activités liées aux 4 blocs optionnels (1 option à choisir parmi 4)

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

- 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

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

- 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

Intégrer les principales fonctions et processus de l'entreprise pour mener à bien un projet entrepreneurial

- 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

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

- 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
- Rédaction de 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 :

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

Gérer les finances de l'entreprise en vue d'optimiser la performance économique et RSE

- 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.

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 et un leadership inclusif, soucieux de la diversité et des personnes en situation de handicap (PSH).

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:

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.

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, dans une démarche favorisant la diversité.
- 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.

Intégrer les principales fonctions et processus de l'entreprise pour mener à bien un projet entrepreneurial

- Identifier l'ensemble des parties prenantes pour travailler en réseau avec l'écosystème.
- 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.
- Exercer son leadership pour fédérer les équipes, gérer les conflits, susciter l'adhésion des personnels, et avoir un management inclusif et soucieux de la diversité et des PSH.
- 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.

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

RNCP38763BC01 — Recueillir et analyser des données pour contribuer à l'élaboration d'une stratégie marketing et communication

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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

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.

RNCP38763BC02 — Gérer les finances de l'entreprise en vue d'optimiser la performance économique et RSE

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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.

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.

RNCP38763BC03 — Manager les hommes et les projets pour réussir à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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 et un leadership inclusif, soucieux de la diversité et des personnes en situation de handicap (PSH).

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.

RNCP38763BC04 — Intégrer les pratiques du commerce international pour développer les ventes

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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.

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.

RNCP38763BC05 — Participer au développement d'une plateforme e-commerce pour proposer une offre de produits ou services via internet

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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.

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).

RNCP38763BC06 — Mobiliser les techniques de marketing digital pour commercialiser un produit ou un service

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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.

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).

RNCP38763BC07 — Intégrer les principales fonctions et processus de l'entreprise pour mener à bien un projet entrepreneurial

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier l'ensemble des parties prenantes pour travailler en réseau avec l'écosystème.
- 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.
- Exercer son leadership pour fédérer les équipes, gérer les conflits, susciter l'adhésion des personnels, et avoir un management inclusif et soucieux de la diversité et des PSH.
- 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.

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.

Concours d'affaires/Hackathon : Jeu sérieux managérial où les apprenants sont immergés dans un univers compétitif et doivent prendre des décisions pour optimiser la création de valeur dans un projet entrepreneurial. L'évaluation est réalisée sur la base des travaux produits et présentés (études, modèles, applications mobiles) par les apprenants.

RNCP38763BC08 — Développer l'intelligence marketing et les relations commerciales internationales pour augmenter le chiffre d'affaires et les parts de marché

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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 fournisseurs ou un client international.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas individuelles portant sur l'analyse stratégique 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
- des 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	31/08/2029
Date de dernière délivrance possible	31/08/2032

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP36327

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)
RNCP36263, RNCP36324, RNCP36555, RNCP36562, RNCP37599

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.essca.fr/programmes/bachelors-en-management-international/>

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38763/>

Où se former

Formations référencées	7
Organismes	1
Régions couvertes	4
Prix indicatif	3 990 € – 5 290 €

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	20
Parcours menés à terme	19
Taux d'achèvement	95 %
Période	03/2025 – 07/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	22
Montant total engagé	75 536 €
Coût moyen par dossier	3 433 €
Durée moyenne	63 h
Période	01/2025 – 08/2026
France compétences	94 %
Reste à charge titulaire	3 %
Entreprise	2 %
OPCO	0 %

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