

Manager du développement international

RNCP40352 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310p, 312, 312p
Formacode(s)	32005, 32006, 34254, 32136
Code(s) ROME	M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	28/03/2025
Date d'échéance	28/03/2030

Certificateur(s)

MBA INSTITUTE · SIRET : 50388652500024

CTRE ETUDES FORMATION ALPES SAVOIE · SIRET : 75313914600017

CENTRE ETUDES EUROPEEN RHONE ALPES · SIRET : 37815351400021

ADEFI FORMATION · SIRET : 49815719700035

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST · SIRET : 33764282100074

ADEFI FORMATION · SIRET : 49815719700068

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN MEDITERRANEE · SIRET : 97855127300011

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST · SIRET : 91487009200022

Partenaires habilités

6 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 6 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADEFI FORMATION	49815719700068	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN MEDITERRANEE	97855127300011	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST	91487009200022	Former et organiser l'évaluation
CENTRE ETUDES EUROPEEN RHONE ALPES	37815351400021	Former et organiser l'évaluation
CTRE ETUDES FORMATION ALPES SAVOIE	75313914600017	Former et organiser l'évaluation
MBA INSTITUTE	50388652500024	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager du Développement International assure un rôle essentiel dans l'entreprise pour laquelle il travaille, puisqu'il contribue au développement et à la croissance de son activité sur le plan international. Dédié(e) à un marché, une zone géographique (un continent par exemple), le Manager du Développement International a une vision stratégique et son rôle est de déceler de nouvelles opportunités commerciales, de concevoir et mettre en place une stratégie de développement à l'international d'une entreprise dans le but d'accroître la présence (rayonnement) de

l'entreprise sur le plan international et in fine son chiffre d'affaires.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse de la situation de l'entreprise dans son environnement macro et micro-économique sur le plan national et international

Présentation du business model dans le cadre du développement international d'une entreprise

Co-construction des plans marketing, communication et commerciaux et contrôle de la cohérence avec le plan de développement international

Conception, déploiement et suivi du plan de développement du projet international et de son budget

Pilotage de la logistique et de la supply chain dans le cadre de la mise en œuvre du plan de développement international

Evaluation de la stratégie de développement international par le suivi de l'efficience et des indicateurs de performance

Prospection et constitution du portefeuille de partenaires internationaux dans le cadre du projet de développement à l'international

Négociation et contractualisation avec les partenaires internationaux dans le cadre du projet de développement à l'international

Suivi et maintien du réseau d'affaires à l'international pour la pérennisation des partenariats internationaux et la rentabilité à l'international de l'entreprise

Constitution des équipes en collaboration avec le service des ressources humaines

Coordination de l'activité et encadrement des équipes dans le cadre des projets de développement à l'international

Maintien des compétences et implication des équipes par la motivation

COMPÉTENCES ATTESTÉES

En vue de mener une veille stratégique (tendancielle, concurrentielle, technologique et environnementale) ainsi qu'un benchmark, organiser la collecte et le traitement d'informations macro et micro-économiques par l'utilisation de canaux, réseaux professionnels et le choix d'outils numériques appropriés concernant un marché/zone cible afin d'identifier les risques propres à chaque marché/zone cible (économiques, politiques, sectoriels notamment)

Identifier les besoins et mesurer les données internes inhérentes à l'entreprise en s'appuyant sur des outils de diagnostic et des matrices d'analyse stratégique, permettant la compréhension fine des produits/services de l'entreprise et la mise en évidence des forces et faiblesses, des facteurs clés de succès de l'entreprise notamment en matière de RSE

A partir de la réalisation d'une étude de marché, analyser les spécificités du marché/zone cible en cartographiant les acteurs déterminants du périmètre de l'entreprise (dont partenaires potentiels, concurrents directs et indirects, institutionnels), en confrontant le marché local, en vue d'identifier les opportunités de croissance et de développement commercial à court, moyen et long termes, les contraintes ainsi que les spécificités culturelles locales à prendre en compte pour réussir son projet de développement international

A partir de la veille stratégique sectorielle, du diagnostic interne et externe, défendre auprès de sa direction, un business model (modèle économique) adapté à l'implantation et au développement international de l'entreprise en définissant le produit/service, la(les) cibles et le marché/zone cible ; en détaillant les scénarios de stratégie de développement à l'international à 3 ans et 5 ans ; en intégrant les nouvelles tendances économiques (notamment l'économie circulaire) ; en évaluant le seuil de rentabilité et les retombées quantitatives et qualitatives et en respectant les objectifs RSE de l'entreprise afin de créer de la valeur, se différencier face à la concurrence et pérenniser l'entreprise

Formaliser par un business plan le projet de développement international de l'entreprise dans sa globalité qui détaille la gouvernance du projet, les informations issues du business model, l'analyse du marché, la stratégie de croissance choisie (ouverture/rachat, fusion-acquisition d'une filiale, partenariat), les prévisions financières, les stratégies marketing/communication et commerciale choisies et éventuellement la forme juridique ainsi que l'ensemble des ressources humaines (internes et externes) et matérielles à mobiliser

Accompagner les directions marketing et communication dans la mise en œuvre de leurs stratégies respectives en choisissant les modes de distribution physiques et numériques à privilégier en tenant compte des spécificités culturelles locales, environnementales et sociétales et des réglementations locales (propriété intellectuelle et industrielle, brevet, marque et logo notamment) pour répondre au business model défini (produit/service, segments de clients et marché/zone cible) et optimiser les chances de succès du projet de développement international

Emettre des préconisations auprès de la direction commerciale en vue de la conception du plan commercial en intégrant des méthodes et outils commerciaux innovants pour une relation avec les clients/consommateurs du

marché/zone cible personnalisée et pérenne afin de décliner un plan commercial différenciant et adapté au contexte international et accroître le taux de pénétration de l'entreprise sur le marché/zone cible

En vue de déployer la stratégie de développement international de l'entreprise et répondre au business plan, formaliser un plan de développement par la rédaction d'une feuille de route qui détaille l'ensemble des actions à mener, le calendrier et les étapes du projet, les objectifs à atteindre, des tâches, attributions et responsabilités de chaque ressource humaine mobilisée tenant compte des spécificités et contraintes du marché/zone cible et des potentiels risques identifiés

Elaborer le budget de développement à l'international en adéquation avec le business plan, la situation économique de l'entreprise pour dimensionner l'octroi de ressources, la recherche et l'obtention potentielle de financements privés ou publics (financements régionaux, nationaux, européens, partenariats notamment)

Coordonner le déploiement et le suivi du plan de développement par la mise en place d'outils digitaux de planification et de gestion de projet, l'animation de points récurrents afin de suivre l'ensemble des parties prenantes ; de maintenir une cohérence et cohésion entre les différents services de l'entreprise (marketing, commercial, communication notamment), de respecter le calendrier de mise en œuvre et de communiquer sur l'avancée du projet tout au long de son cycle de vie

Superviser la chaîne logistique, l'ensemble des flux et la gestion des stocks voire la production sur le marché/zone cible en respectant les exigences de normes en vigueur (INCOTERMS, réglementation douanière), les règles et usages en matière de logistique internationale et de responsabilité sociale et sociétale de l'entreprise afin d'être conforme au business plan

Gérer les risques en identifiant d'une part les potentiels facteurs de rupture (internes et externes à l'entreprise) de la chaîne logistique et d'autre part leur impact sur les flux informationnels et physiques (matières, produits et ressources physiques/matérielles) et l'ensemble des parties prenantes (partenaires, fournisseurs, distributeurs) afin d'assurer une fluidité et continuité dans la gestion de la chaîne logistique et pérenniser le projet de développement international

Evaluer l'efficacité de la stratégie et du plan de développement international de l'entreprise à partir des résultats commerciaux obtenus à la fois sur les marchés déjà existants et les nouveaux marchés d'implantation, de l'analyse des indicateurs de performance définis (CA, parts de marché, ROI, taux de pénétration notamment) en vue de vérifier la pertinence de l'approche stratégique développée par l'entreprise dans le cadre de son internationalisation

Proposer des mesures correctives, des ajustements ainsi qu'un plan d'amélioration continue en concertation avec la direction à partir de l'analyse des écarts observés entre les objectifs attendus et les résultats obtenus confrontés aux contraintes et risques encourus, des tableaux de bord de pilotage consolidés en vue d'atteindre les objectifs commerciaux et mener à bien le projet de développement international de l'entreprise

Concevoir des présentations des résultats de sa stratégie (graphiques, rapports...) en organisant et en adaptant les données et les éléments de langage en fonction de ses interlocuteurs (direction, collaborateurs ou partenaires), en les contextualisant si besoin avec des données externes concurrentielles ou géopolitiques pour défendre son bilan (évolution, écarts, nouveaux objectifs...) et mettre en valeur les résultats de son équipe

En vue de constituer un réseau de partenaires fiables, socialement et éthiquement responsables sur le marché/zone cible, assurer la prospection des partenaires internationaux privés et publics de l'entreprise à mobiliser dans le cadre de son projet de développement à l'international en

proposant une politique de sourcing (conditions et critères d'éligibilité des différents partenaires, fournisseurs, distributeurs ou agents) dans le respect de la politique RSE de l'entreprise - en définissant les modalités de recherche de partenaires internationaux selon leur typologie (prestataires, fournisseurs, distributeurs ou agents)

Mener des entretiens et réaliser l'audit des partenaires internationaux potentiels identifiés en évaluant leur viabilité et leur fiabilité et en dressant leur profil (solvabilité, réputation, critères RSE notamment) afin de sélectionner ceux répondant favorablement aux exigences économiques, éthiques et environnementales de l'entreprise ; d'enrichir et d'optimiser le portefeuille de partenaires de l'entreprise permettant de dynamiser et sécuriser son activité à l'international

Négocier les conditions d'engagement avec les nouveaux partenaires locaux et internationaux en mobilisant des techniques de communication adaptées, en tenant compte des spécificités culturelles et en proposant une argumentation structurée afin de trouver avec ses interlocuteurs (clients, fournisseurs, investisseurs, agents...) l'accord le plus adapté pour une collaboration équilibrée et pérenne

Conclure un contrat d'affaires avec les partenaires sur le marché/zone cible en concertation avec le service juridique en respectant d'une part les droits commerciaux et fiscaux de chaque partie prenante, et d'autre part les chartes d'éthique respectives, la réglementation en vigueur (nationale, européenne, propre au marché/zone cible) et en intégrant les impératifs de délai, coût et qualité afin d'inscrire contractuellement les conditions de l'accord, les droits et obligations de chacun et entamer la relation commerciale

Entretenir son réseau d'affaires professionnel et créer des relations de confiance (clients, fournisseurs, partenaires, agents voire institutionnels) en menant des rencontres formelles, en adhérant à des réseaux professionnels de son secteur et en participant à des événements (salons professionnels, conférences et autres évènements internationaux...) afin de promouvoir ses produits/services et renforcer sa présence ainsi que son assise dans le marché/zone cible et disposer d'alternatives en cas de défaillance d'un partenaire/fournisseur ou d'instabilités locales (climatiques, politiques...)

Mener des audits internes et/ou externes en procédant à des échanges réguliers, des contrôles qualité, des visites de site ou des analyses des preuves et documents justificatifs pour s'assurer du respect des conditions contractuelles (qualité, cahier des charges dont éléments ESG et RSE) en vue de corriger les écarts et pérenniser le partenariat

En vue d'organiser les équipes projet à mobiliser dans le cadre de la stratégie de développement international de l'entreprise, contribuer au recrutement des collaborateurs internes et externes en concertation avec le service des ressources humaines en identifiant le levier de recrutement le plus adapté (mobilité interne, recrutement externe) et les modalités de recrutement appropriés (contrat de travail local, freelance etc) en prenant en considération toute situation de handicap dans l'exercice des missions

Bâtir un plan d'onboarding adapté et inclusif des nouveaux collaborateurs internes et externes au projet de développement de l'entreprise en vue de leur diffuser les valeurs, la vision de l'entreprise, les sensibiliser aux enjeux du projet international, les informer sur les spécificités culturelles, environnementales, réglementaires, éthiques et sur les comportements d'achat des consommateurs propres au marché/zone cible pour atteindre les objectifs de la stratégie de développement international de l'entreprise

Coordonner l'activité des équipes en organisant des groupes de travail favorisant d'une part le développement des compétences individuelles et collectives ; la prise d'initiatives et l'autonomie et d'autre part, les conditions favorables à l'émergence de solutions face à un environnement international complexe, en mobilisant des techniques d'animation et d'outils collaboratifs, en présentiel ou distanciel via un management agile, inclusif et durable respectant les codes socioculturels, en adaptant sa communication à l'ensemble des membres de son équipe en tenant compte de la diversité et des personnes en situation de handicap

Gérer les conflits internes et/ou externes en mobilisant des techniques de communication non violente, en coopérant avec les ressources humaines et en développant un mode de management de proximité avec l'ensemble des membres de l'équipe en vue de créer et maintenir une ambiance de travail sereine

Afin de gérer efficacement la conduite du changement au sein des équipes, identifier les potentiels freins en appréhendant les impacts inhérents à la mise en œuvre d'une stratégie de croissance et de développement international de l'entreprise (nouveaux processus, transformation technologique et digitale, culturelle notamment) pour lever les réticences et garantir la réussite du projet de développement international

Conduire les entretiens annuels d'évaluation professionnels des équipes internes par un échange et l'analyse des progressions et réalisations individuelles vs collectives, du niveau de compétences professionnelles développées ; des difficultés éventuelles liées à une situation de handicap, de l'écueil des souhaits d'évolution en vue de suggérer un plan d'actions et de formation individuel en adéquation avec les nouveaux objectifs individuels et collectifs définis

Mettre en place une politique d'incentives au sein du service international de l'entreprise en définissant les modalités de gratification accordées en fonction des objectifs individuels/collectifs, qualitatifs et quantitatifs atteints par chaque collaborateur afin de fidéliser et reconnaître le travail des collaborateurs

Blocs de compétences

RNCP40352BC01 — Définir la stratégie de développement international de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

En vue de mener une veille stratégique (tendancielle, concurrentielle, technologique et environnementale) ainsi qu'un benchmark, organiser la collecte et le traitement d'informations macro et micro-économiques par l'utilisation de canaux, réseaux professionnels et le choix d'outils numériques appropriés concernant un marché/zone cible afin d'identifier les risques propres à chaque marché/zone cible (économiques, politiques, sectoriels notamment)

Identifier les besoins et mesurer les données internes inhérentes à l'entreprise en s'appuyant sur des outils de diagnostic et des matrices d'analyse stratégique, permettant la compréhension fine des produits/services de l'entreprise et la mise en évidence des forces et faiblesses, des facteurs clés de succès de l'entreprise notamment en matière de RSE

A partir de la réalisation d'une étude de marché, analyser les spécificités du marché/zone cible en cartographiant les acteurs déterminants du périmètre de l'entreprise (dont partenaires potentiels, concurrents directs et indirects,

institutionnels), en confrontant le marché local, en vue d'identifier les opportunités de croissance et de développement commercial à court, moyen et long termes, les contraintes ainsi que les spécificités culturelles locales à prendre en compte pour réussir son projet de développement international

A partir de la veille stratégique sectorielle, du diagnostic interne et externe, défendre auprès de sa direction, un business model (modèle économique) adapté à l'implantation et au développement international de l'entreprise en définissant le produit/service, la(les) cibles et le marché/zone cible ; en détaillant les scénarios de stratégie de développement à l'international à 3 ans et 5 ans ; en intégrant les nouvelles tendances économiques (notamment l'économie circulaire) ; en évaluant le seuil de rentabilité et les retombées quantitatives et qualitatives et en respectant les objectifs RSE de l'entreprise afin de créer de la valeur, se différencier face à la concurrence et pérenniser l'entreprise

Formaliser par un business plan le projet de développement international de l'entreprise dans sa globalité qui détaille la gouvernance du projet, les informations issues du business model, l'analyse du marché, la stratégie de croissance choisie (ouverture/rachat, fusion-acquisition d'une filiale, partenariat), les prévisions financières, les stratégies marketing/communication et commerciale choisies et éventuellement la forme juridique ainsi que l'ensemble des ressources humaines (internes et externes) et matérielles à mobiliser

Accompagner les directions marketing et communication dans la mise en œuvre de leurs stratégies respectives en choisissant les modes de distribution physiques et numériques à privilégier en tenant compte des spécificités culturelles locales, environnementales et sociétales et des réglementations locales (propriété intellectuelle et industrielle, brevet, marque et logo notamment) pour répondre au business model défini (produit/service, segments de clients et marché/zone cible) et optimiser les chances de succès du projet de développement international

Emettre des préconisations auprès de la direction commerciale en vue de la conception du plan commercial en intégrant des méthodes et outils commerciaux innovants pour une relation avec les clients/consommateurs du marché/zone cible personnalisée et pérenne afin de décliner un plan commercial différenciant et adapté au contexte international et accroître le taux de pénétration de l'entreprise sur le marché/zone cible

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de recherche appliquée réalisé individuellement avec soutenance orale

RNCP40352BC02 — Piloter le déploiement opérationnel de la stratégie de développement international

LISTE DE COMPÉTENCES

En vue de déployer la stratégie de développement international de l'entreprise et répondre au business plan, formaliser un plan de développement par la rédaction d'une feuille de route qui détaille l'ensemble des actions à mener, le calendrier et les étapes du projet, les objectifs à atteindre, des tâches, attributions et responsabilités de chaque ressource humaine mobilisée tenant compte des spécificités et contraintes du marché/zone cible et des potentiels risques identifiés

Elaborer le budget de développement à l'international en adéquation avec le business plan, la situation économique de l'entreprise pour dimensionner l'octroi de ressources, la recherche et l'obtention potentielle de financements privés ou publics (financements régionaux, nationaux, européens, partenariats notamment)

Coordonner le déploiement et le suivi du plan de développement par la mise en place d'outils digitaux de planification et de gestion de projet, l'animation de points récurrents afin de suivre l'ensemble des parties prenantes ; de maintenir une cohérence et cohésion entre les différents services de l'entreprise (marketing, commercial, communication notamment), de respecter le calendrier de mise en œuvre et de communiquer sur l'avancée du projet tout au long de son cycle de vie

Superviser la chaîne logistique, l'ensemble des flux et la gestion des stocks voire la production sur le marché/zone cible en respectant les exigences de normes en vigueur (INCOTERMS, réglementation douanière), les règles et usages en matière de logistique internationale et de responsabilité sociale et sociétale de l'entreprise afin d'être conforme au business plan

Gérer les risques en identifiant d'une part les potentiels facteurs de rupture (internes et externes à l'entreprise) de la chaîne logistique et d'autre part leur impact sur les flux informationnels et physiques (matières, produits et ressources physiques/matérielles) et l'ensemble des parties prenantes (partenaires, fournisseurs, distributeurs) afin d'assurer une fluidité et continuité dans la gestion de la chaîne logistique et pérenniser le projet de développement international

Évaluer l'efficacité de la stratégie et du plan de développement international de l'entreprise à partir des résultats commerciaux obtenus à la fois sur les marchés déjà existants et les nouveaux marchés d'implantation, de l'analyse des indicateurs de performance définis (CA, parts de marché, ROI, taux de pénétration notamment) en vue de vérifier la pertinence de l'approche stratégique développée par l'entreprise dans le cadre de son internationalisation

Proposer des mesures correctives, des ajustements ainsi qu'un plan d'amélioration continue en concertation avec la

direction à partir de l'analyse des écarts observés entre les objectifs attendus et les résultats obtenus confrontés aux contraintes et risques encourus, des tableaux de bord de pilotage consolidés en vue d'atteindre les objectifs commerciaux et mener à bien le projet de développement international de l'entreprise

Concevoir des présentations des résultats de sa stratégie (graphiques, rapports...) en organisant et en adaptant les données et les éléments de langage en fonction de ses interlocuteurs (direction, collaborateurs ou partenaires), en les contextualisant si besoin avec des données externes concurrentielles ou géopolitiques pour défendre son bilan (évolution, écarts, nouveaux objectifs...) et mettre en valeur les résultats de son équipe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas individuelle sur la gestion d'un projet de développement à l'international avec remise d'un dossier écrit

RNCP40352BC03 — Gérer les partenariats internationaux stratégiques

LISTE DE COMPÉTENCES

En vue de constituer un réseau de partenaires fiables, socialement et éthiquement responsables sur le marché/zone cible, assurer la prospection des partenaires internationaux privés et publics de l'entreprise à mobiliser dans le cadre de son projet de développement à l'international en proposant une politique de sourcing (conditions et critères d'éligibilité des différents partenaires, fournisseurs, distributeurs ou agents) dans le respect de la politique RSE de l'entreprise, en éfinissant les modalités de recherche de partenaires internationaux selon leur typologie (prestataires, fournisseurs, distributeurs ou agents)

Mener des entretiens et réaliser l'audit des partenaires internationaux potentiels identifiés en évaluant leur viabilité et leur fiabilité et en dressant leur profil (solvabilité, réputation, critères RSE notamment) afin de sélectionner ceux répondant favorablement aux exigences économiques, éthiques et environnementales de l'entreprise ; d'enrichir et d'optimiser le portefeuille de partenaires de l'entreprise permettant de dynamiser et sécuriser son activité à l'international

Négocier les conditions d'engagement avec les nouveaux partenaires locaux et internationaux en mobilisant des techniques de communication adaptées, en tenant compte des spécificités culturelles et en proposant une argumentation structurée afin de trouver avec ses interlocuteurs (clients, fournisseurs, investisseurs, agents...) l'accord le plus adapté pour une collaboration équilibrée et pérenne

Conclure un contrat d'affaires avec les partenaires sur le marché/zone cible en concertation avec le service juridique en respectant d'une part les droits commerciaux et fiscaux de chaque partie prenante, et d'autre part les chartes d'éthique respectives, la réglementation en vigueur (nationale, européenne, propre au marché/zone cible) et en intégrant les impératifs de délai, coût et qualité afin d'inscrire contractuellement les conditions de l'accord, les droits et obligations de chacun et entamer la relation commerciale

Entretenir son réseau d'affaires professionnel et créer des relations de confiance (clients, fournisseurs, partenaires, agents voire institutionnels) en menant des rencontres formelles, en adhérant à des réseaux professionnels de son secteur et en participant à des événements (salons professionnels, conférences et autres événements internationaux...) afin de promouvoir ses produits/services et renforcer sa présence ainsi que son assise dans le marché/zone cible et disposer d'alternatives en cas de défaillance d'un partenaire/fournisseur ou d'instabilités locales (climatiques, politiques...)

Mener des audits internes et/ou externes en procédant à des échanges réguliers, des contrôles qualité, des visites de site ou des analyses des preuves et documents justificatifs pour s'assurer du respect des conditions contractuelles (qualité, cahier des charges dont éléments ESG et RSE) en vue de corriger les écarts et pérenniser le partenariat

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Simulation professionnelle avec remise d'un dossier de synthèse et soutenance orale

RNCP40352BC04 — Manager les équipes internationales et multiculturelles

LISTE DE COMPÉTENCES

En vue d'organiser les équipes projet à mobiliser dans le cadre de la stratégie de développement international de l'entreprise, contribuer au recrutement des collaborateurs internes et externes en concertation avec le service des ressources humaines en identifiant le levier de recrutement le plus adapté (mobilité interne, recrutement externe) et les modalités de recrutement appropriés (contrat de travail local, freelance etc.) en prenant en considération toute situation de handicap dans l'exercice des missions

Bâtir un plan d'onboarding adapté et inclusif des nouveaux collaborateurs internes et externes au projet de développement de l'entreprise en vue de leur diffuser les valeurs, la vision de l'entreprise, les sensibiliser aux enjeux du projet international, les informer sur les spécificités culturelles, environnementales, réglementaires, éthiques et sur

les comportements d'achat des consommateurs propres au marché/zone cible pour atteindre les objectifs de la stratégie de développement international de l'entreprise

Coordonner l'activité des équipes en organisant des groupes de travail favorisant d'une part le développement des compétences individuelles et collectives ; la prise d'initiatives et l'autonomie et d'autre part, les conditions favorables à l'émergence de solutions face à un environnement international complexe, en mobilisant des techniques d'animation et d'outils collaboratifs, en présentiel ou distanciel via un management agile, inclusif et durable respectant les codes socioculturels, en adaptant sa communication à l'ensemble des membres de son équipe en tenant compte de la diversité et des personnes en situation de handicap

Gérer les conflits internes et/ou externes en mobilisant des techniques de communication non violente, en coopérant avec les ressources humaines et en développant un mode de management de proximité avec l'ensemble des membres de l'équipe en vue de créer et maintenir une ambiance de travail sereine

Afin de gérer efficacement la conduite du changement au sein des équipes, identifier les potentiels freins en appréhendant les impacts inhérents à la mise en œuvre d'une stratégie de croissance et de développement international de l'entreprise (nouveaux processus, transformation technologique et digitale, culturelle notamment) pour lever les réticences et garantir la réussite du projet de développement international

Conduire les entretiens annuels d'évaluation professionnels des équipes internes par un échange et l'analyse des progressions et réalisations individuelles vs collectives, du niveau de compétences professionnelles développées ; des difficultés éventuelles liées à une situation de handicap, de l'écueil des souhaits d'évolution en vue de suggérer un plan d'actions et de formation individuel en adéquation avec les nouveaux objectifs individuels et collectifs définis

Mettre en place une politique d'incentives au sein du service international de l'entreprise en définissant les modalités de gratification accordées en fonction des objectifs individuels/collectifs, qualitatifs et quantitatifs atteints par chaque collaborateur afin de fidéliser et reconnaître le travail des collaborateurs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas avec remise d'un dossier et présentation orale

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le(la) Manager du Développement International (sous ses différentes appellations possibles telles que citées ci-après) peut exercer dans des grandes firmes multinationales françaises, des firmes multinationales de taille intermédiaire, des PME ou des start-up tournées vers l'international dans les secteurs de l'industrie ou des services. Il(elle) peut également exercer dans des cabinets de conseils en implantation/développement internationale.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le(la) Manager du Développement International est amené(e) à effectuer des tâches relevant du développement commercial, mais il(elle) doit surtout accomplir des activités nécessitant des compétences fonctionnelles, organisationnelles, opérationnelles et relationnelles spécifiques à un contexte international.

Ainsi, le métier de Manager du Développement International se décline en plusieurs appellations :

Manager/Directeur du développement (d'affaires) international ;

Responsable/Directeur commercial international ;

Directeur commercial export ;

International business development manager ;

Responsable Commercial Projets Internationaux ;

Chargé(e) de développement international ;

International Business developer ;

Ingénieur d'affaires international / Ingénieur commercial international / Responsable d'affaires international ;

Responsable de zone import/export ;

Directeur de zone à l'international.

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Le Manager du Développement International n'est pas soumis à une réglementation d'activités particulières mais il(elle) se doit de connaître et appliquer un certain nombre de réglementations, normes et lois afin de mener à bien ses activités.

Nous pouvons citer pour exemples :

La réglementation liée à la RSE avec la prise en compte de l'environnement (empreinte carbone par exemple)

notamment au niveau de la logistique, de l'export, le développement des produits, le traitement des fournisseurs, vérification du travail des enfants... ;

Les réglementations sur la sécurisation des données personnelles dont RGPD française et les réglementations spécifiques à chaque marché/zone géographique d'implantation des entreprises ;

La réglementation liée à l'export notamment les INCOTERMS, les délais suivant les produits exportés, la réglementation douanière... ;

La réglementation liée à la propriété intellectuelle et industrielle (brevet, logo, marque) en prenant en compte les spécificités des pays/zones cibles ;

Les normes qualité spécifiques aux zones géographiques et aux secteurs d'activités (ISO, FDA etc.) ;

Le droit commercial.

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)	3 189 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour une entrée en 1^{ère} année du parcours (MSc 1) : Avoir validé un niveau 6 (type Licence, Bachelor ou équivalent) dans un des domaines suivants : sciences de gestion ou des langues étrangères appliquées.

Pour une entrée en 2^{ème} année du parcours (MSc 2) : Avoir validé un niveau 6 (type Master 1, Mastère ou équivalent) dans un des domaines suivants : sciences de gestion ou des langues étrangères appliquées à l'économie et/ou à la gestion avec de préférence une expérience dans le développement international.

La formation Executive fait l'objet de prérequis spécifiques avec une prise en compte de l'expérience professionnelle.

Un niveau d'anglais professionnel est requis pour être en mesure de suivre les formations dispensées en anglais.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Avoir suivi le volume horaire minimum précisé dans le règlement pédagogique.

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

Président du jury (professionnel externe, directeur ou chef d'entreprise du secteur)

Directeur du Titre

3 professionnels externes du secteur

COMPOSITION DU JURY — VAE

Président du jury (professionnel externe, directeur ou chef d'entreprise du secteur) ;

1 professionnel externe du secteur ;

1 membre de l'organisme de 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).

Prise en charge usuelle	7 654 €
Selon la branche	6 500 € – 8 696 €
Prise en charge	Branches concernées
7 654 €	Valeur par défaut · 178 branches
8 696 €	CPNE Casinos, CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE Services de l'eau, CPNE Transport aérien : personnel au sol, CPNE de l'industrie hôtelière
7 392 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Import-Export
6 824 €	CNPE des sociétés financières, CPNE Banque, CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP de la métallurgie
7 523 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNFPE des sociétés d'assurances
8 564 €	CPN de la branche du Travail mécanique du bois, scieries, négoce et importation des bois
7 820 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
7 491 €	CPNEFP Professions de la Photographie
7 459 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 310 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 137 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
6 500 €	CPNEF inter-secteurs papier carton

Base légale

Date de décision	28/03/2025
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	28/03/2030
Date de dernière délivrance possible	27/03/2034

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	168	0	84 %	—
2022	209	0	92 %	78 %
2020	86	1	99 %	82 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP36492

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
Master of Science International Business Management - INSEEC

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40352/>

Où se former

Formations référencées	4
Organismes	4
Régions couvertes	3
Prix indicatif	10 900 € – 14 290 €

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2025 à 06/2028

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).