

Manager international mode et luxe

RNCP42683 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DipViGrM — Diplôme visé grade de master
Code(s) NSF	242, 312, 320
Formacode(s)	32054, 34085, 46301, 21775, 34059
Code(s) ROME	D1301, E1103, M1705, M1704, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/07/2031

Certificateur(s)

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

INSTITUT FRANCAIS DE LA MODE · SIRET : 33345298500034

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Dans un environnement commercial marqué à la fois par la globalisation des marchés, mais aussi par la force des identités et des patrimoines culturels associés aux marques de luxe, la certification Manager international mode et luxe prépare à des carrières au sein d'entreprises de mode et de luxe dans des fonctions liées au management commercial et marketing à dimension internationale, au management des réseaux de distribution et au management de la communication et de l'image. Elle permet aux entreprises de ce secteur de bénéficier de profils maîtrisant les outils du management international, tout en disposant d'une culture esthétique approfondie liée à la mode et au luxe. Elle développe également la capacité à évoluer dans un environnement très international, grâce à la grande diversité géographique des profils et dans le cadre d'un enseignement dispensé en langue anglaise.

Par ailleurs, une attention toute particulière est portée aux grands enjeux contemporains du secteur mode et luxe : transformation digitale et intelligence artificielle, innovation, inclusion, responsabilité sociale et environnementale.

ACTIVITÉS VISÉES

- Conception et pilotage d'une stratégie de marque et de développement international dans les secteurs de la mode et du luxe
- Conception et pilotage d'une stratégie de marketing expérientiel et de services
- Pilotage d'une stratégie merchandising et commerciale dans le secteur de la mode et du luxe, sur les marchés internationaux
- Promotion de l'image d'une marque de mode ou de luxe
- Intégration des enjeux de durabilité et de responsabilité dans le développement international d'une marque de mode et de luxe

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences transversales :

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine
- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines

- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
 - Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
 - Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation
 - Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
 - Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère
 - Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
 - Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
 - Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
 - Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
 - Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale
 - Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles
- Compétences spécifiques :
- Analyser les marchés internationaux de la mode et du luxe en mobilisant des données économiques, concurrentielles, culturelles et sectorielles, ainsi que des travaux de recherche académiques et professionnels, afin d'identifier les opportunités de développement, les zones prioritaires et les risques associés.
 - Évaluer le positionnement d'une marque à l'international en tenant compte de son identité, de sa proposition créative et de la perception des consommateurs sur les différents marchés, afin de déterminer les axes de développement et de différenciation.
 - Définir une stratégie de développement international en intégrant les spécificités culturelles, économiques et réglementaires des marchés ciblés, et en cohérence avec les objectifs de croissance de l'entreprise.
 - Piloter le déploiement de la stratégie internationale en coordonnant les parties prenantes internes et externes (équipes marketing, commerciales, communication, partenaires, distributeurs), et en assurant le suivi des indicateurs de performance par marché.
 - Analyser les résultats et ajuster la stratégie de développement international en fonction des performances observées, des évolutions des marchés et des dynamiques concurrentielles.
 - Analyser les comportements, attentes et parcours des clients sur les différents marchés internationaux, en exploitant les données issues des outils de gestion de la relation client (Customer Relationship Management - CRM) et des plateformes omnicanales afin d'identifier les leviers d'engagement, de fidélisation et de création de valeur expérientielle.
 - Concevoir une stratégie de marketing expérientiel et de services en cohérence avec l'identité de la marque, les objectifs de développement international et les spécificités culturelles des marchés ciblés, et en définissant notamment des axes prioritaires pour les clients à très forte valeur (Very Important Clients – VIC) et clients privilégiés (Very Important Persons – VIP).
 - Piloter le déploiement opérationnel des dispositifs de marketing expérientiel en coordonnant les équipes marketing, commerce de détail (retail), digitales et les partenaires externes, et en garantissant la cohérence de l'expérience sur l'ensemble des points de contact.
 - Améliorer la performance des services proposés en mobilisant les outils digitaux, les données clients et les technologies immersives (gestion de la relation client - CRM, plateformes omnicanales, outils d'analyse, intelligence artificielle), afin de personnaliser les expériences et d'optimiser l'engagement client.
 - Évaluer la performance des actions de marketing expérientiel et de services à l'aide d'indicateurs qualitatifs (analyse de perceptions médiée par intelligence artificielle) et quantitatifs (satisfaction client, engagement, fidélisation, contribution à la performance commerciale), afin d'ajuster la stratégie en fonction des résultats observés.
 - Structurer et piloter un réseau de distribution international et multicanal (distribution intégrée, commerce de détail, commerce de gros, points de vente physiques et commerce numérique), en coordonnant les canaux afin d'assurer la cohérence de la mise en marché, l'optimisation des ventes et la visibilité internationale de la marque.

- Optimiser les assortiments commerciaux par point de vente et par marché, en analysant les spécificités culturelles, les comportements d'achat locaux et les performances de vente, afin de maximiser l'efficacité commerciale et l'adéquation de l'offre déployée.
- Élaborer et piloter une politique de prix internationale en cohérence avec le positionnement de la marque, les objectifs de marge, la valeur perçue et les standards des marchés, afin de garantir la compétitivité et la rentabilité globale.
- Piloter la performance commerciale de la distribution internationale, en exploitant les indicateurs de vente, de marge et de rotation des stocks, et en mobilisant des outils d'aide à la décision et d'intelligence artificielle, afin d'optimiser les arbitrages commerciaux.
- Concevoir et piloter la stratégie de présentation visuelle des produits (visual merchandising), en définissant les codes de présentation, les règles d'implantation et les supports de valorisation produit, afin de renforcer la visibilité, la lisibilité et la désirabilité de l'offre dans les points de vente.
- Analyser et interpréter l'identité d'une marque de mode ou de luxe, en mobilisant les éléments constitutifs de son patrimoine, de son savoir-faire, de son offre produit et de ses évolutions afin de construire une identité distinctive, cohérente et pérenne à l'échelle internationale.
- Concevoir et piloter une stratégie de communication et d'influence multicanale, en intégrant l'identité de marque, la vision créative du directeur artistique et les spécificités du secteur mode/luxe, tout en tenant compte de la diversité et de l'inclusivité des publics cibles, afin de renforcer la cohérence et la portée des messages.
- Développer et piloter la présence digitale et sociale de la marque, en adaptant les contenus, les formats et les codes esthétiques aux plateformes et aux contextes culturels, afin d'accroître la notoriété et de renforcer la désirabilité de la marque à l'international.
- Piloter les relations presse, publiques et partenariales, en identifiant et animant des réseaux d'influence, des ambassadeurs et des leaders d'opinion, afin de soutenir le rayonnement, la désirabilité et la réputation internationale de la marque.
- Analyser les enjeux de durabilité et de responsabilité applicables aux marchés internationaux de la mode et du luxe, en tenant compte des cadres réglementaires, des standards sectoriels, des attentes des consommateurs et des exigences des partenaires commerciaux.
- Intégrer les engagements RSE de l'entreprise dans les stratégies de développement international, en assurant leur déclinaison cohérente dans les actions de marketing, de communication, de distribution et de valorisation de la marque.
- Aligner les prises de parole et les dispositifs de communication internationale avec les engagements de durabilité, afin de garantir la crédibilité des messages, prévenir les risques de greenwashing et préserver la réputation de la marque.
- Intégrer les critères de responsabilité et de durabilité dans les relations avec les partenaires et distributeurs internationaux, en tenant compte des exigences de transparence, de traçabilité et de conformité sur les marchés ciblés.
- Évaluer l'impact des démarches de durabilité sur l'attractivité, la crédibilité et la performance internationale de la marque, en mobilisant des indicateurs adaptés et en formulant des recommandations d'ajustement.

Blocs de compétences

RNCP42683BC01 — Mettre en oeuvre les usages avancés et spécialisés des outils numériques

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée intégrant l'usage d'outils numériques spécialisés du secteur de la mode et du luxe (plateformes CRM, outils d'analyse de données, logiciels de création, veille stratégique, tableaux de bord digitaux, IA générative d'images).

RNCP42683BC02 — Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rédaction et soutenance orale d'un mémoire de recherche individuel, portant sur une problématique complexe en lien avec les secteurs de la mode et du luxe.

Le mémoire mobilise des savoirs théoriques, méthodologiques et professionnels pour produire une analyse approfondie et argumentée, contribuant à l'évolution des pratiques ou des connaissances du domaine.

RNCP42683BC03 — Mettre en oeuvre une communication spécialisée pour le transfert de connaissances

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Réalisation de synthèses écrites et orales présentant les résultats d'une recherche ou étude appliquée sur une thématique complexe liée à la consommation ou à la stratégie des marques de mode et de luxe.

Le candidat produit un rapport de synthèse, un article professionnel ou une présentation orale structurée, démontrant sa capacité à transférer des connaissances à un public de décideurs, de professionnels ou de chercheurs.

RNCP42683BC04 — Contribuer à la transformation en contexte professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale
- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée, simulant un projet de transformation dans une entreprise de mode ou de luxe (ex. : digitalisation, évolution du modèle économique, démarche RSE, management de l'innovation).

Le candidat présente à l'écrit et à l'oral une analyse du contexte, les enjeux de changement identifiés, et un plan d'action stratégique pour accompagner la transformation.

RNCP42683BC05 — Concevoir et piloter la stratégie de développement international d'une entreprise de mode ou de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser les marchés internationaux de la mode et du luxe en mobilisant des données économiques, concurrentielles, culturelles et sectorielles, ainsi que des travaux de recherche académiques et professionnels, afin

d'identifier les opportunités de développement, les zones prioritaires et les risques associés.

- Évaluer le positionnement d'une marque à l'international en tenant compte de son identité, de sa proposition créative et de la perception des consommateurs sur les différents marchés, afin de déterminer les axes de développement et de différenciation.
- Définir une stratégie de développement international en intégrant les spécificités culturelles, économiques et réglementaires des marchés ciblés, et en cohérence avec les objectifs de croissance de l'entreprise.
- Piloter le déploiement de la stratégie internationale en coordonnant les parties prenantes internes et externes (équipes marketing, commerciales, communication, partenaires, distributeurs), et en assurant le suivi des indicateurs de performance par marché.
- Analyser les résultats et ajuster la stratégie de développement international en fonction des performances observées, des évolutions des marchés et des dynamiques concurrentielles.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée, consistant en l'élaboration et la présentation écrite et orale d'un plan stratégique de développement international pour une marque de mode ou de luxe.

Le candidat justifie ses choix de positionnement, d'offre et de marché, en intégrant les dimensions sociétales, environnementales et technologiques.

RNCP42683BC06 — Concevoir et piloter la stratégie de marketing expérientiel et de services

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser les comportements, attentes et parcours des clients sur les différents marchés internationaux, en exploitant les données issues des outils de gestion de la relation client (Customer Relationship Management - CRM) et des plateformes omnicanales afin d'identifier les leviers d'engagement, de fidélisation et de création de valeur expérientielle.
- Concevoir une stratégie de marketing expérientiel et de services en cohérence avec l'identité de la marque, les objectifs de développement international et les spécificités culturelles des marchés ciblés, et en définissant notamment des axes prioritaires pour les clients à très forte valeur (Very Important Clients – VIC) et clients privilégiés (Very Important Persons – VIP).
- Piloter le déploiement opérationnel des dispositifs de marketing expérientiel en coordonnant les équipes marketing, commerce de détail (retail), digitales et les partenaires externes, et en garantissant la cohérence de l'expérience sur l'ensemble des points de contact.
- Améliorer la performance des services proposés en mobilisant les outils digitaux, les données clients et les technologies immersives (gestion de la relation client - CRM, plateformes omnicanales, outils d'analyse, intelligence artificielle), afin de personnaliser les expériences et d'optimiser l'engagement client.
- Évaluer la performance des actions de marketing expérientiel et de services à l'aide d'indicateurs qualitatifs (analyse de perceptions médiée par intelligence artificielle) et quantitatifs (satisfaction client, engagement, fidélisation, contribution à la performance commerciale), afin d'ajuster la stratégie en fonction des résultats observés.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas appliquée donnant lieu à la conception d'une stratégie de marketing expérientiel et de services à l'international : rédaction d'un dossier stratégique et soutenance orale permettant d'évaluer l'analyse des parcours clients, la définition des dispositifs expérientiels, l'usage des outils digitaux et la capacité à piloter et évaluer la performance des actions proposées.

RNCP42683BC07 — Piloter la stratégie merchandising et commerciale dans le secteur de la mode et du luxe, sur les marchés internationaux

LISTE DE COMPÉTENCES

- Structurer et piloter un réseau de distribution international et multicanal (distribution intégrée, commerce de détail, commerce de gros, points de vente physiques et commerce numérique), en coordonnant les canaux afin d'assurer la cohérence de la mise en marché, l'optimisation des ventes et la visibilité internationale de la marque.
- Optimiser les assortiments commerciaux par point de vente et par marché, en analysant les spécificités culturelles, les comportements d'achat locaux et les performances de vente, afin de maximiser l'efficacité commerciale et l'adéquation de l'offre déployée.
- Élaborer et piloter une politique de prix internationale en cohérence avec le positionnement de la marque, les objectifs de marge, la valeur perçue et les standards des marchés, afin de garantir la compétitivité et la rentabilité globale.
- Piloter la performance commerciale de la distribution internationale, en exploitant les indicateurs de vente, de

marge et de rotation des stocks, et en mobilisant des outils d'aide à la décision et d'intelligence artificielle, afin d'optimiser les arbitrages commerciaux.

- Concevoir et piloter la stratégie de présentation visuelle des produits (visual merchandising), en définissant les codes de présentation, les règles d'implantation et les supports de valorisation produit, afin de renforcer la visibilité, la lisibilité et la désirabilité de l'offre dans les points de vente.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée, donnant lieu à la rédaction et à la soutenance orale d'une stratégie de déploiement commercial et merchandising sur plusieurs marchés internationaux.

Le candidat mobilise des données quantitatives (indicateurs de performance, marges, stocks, ventes) et qualitatives (tendances, comportements d'achat, spécificités culturelles) pour justifier ses choix.

RNCP42683BC08 — Promouvoir l'image d'une marque de mode ou de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser et interpréter l'identité d'une marque de mode ou de luxe, en mobilisant les éléments constitutifs de son patrimoine, de son savoir-faire, de son offre produit et de ses évolutions afin de construire une identité distinctive, cohérente et pérenne à l'échelle internationale.
- Concevoir et piloter une stratégie de communication et d'influence multicanale, en intégrant l'identité de marque, la vision créative du directeur artistique et les spécificités du secteur mode/luxe, tout en tenant compte de la diversité et de l'inclusivité des publics cibles, afin de renforcer la cohérence et la portée des messages.
- Développer et piloter la présence digitale et sociale de la marque, en adaptant les contenus, les formats et les codes esthétiques aux plateformes et aux contextes culturels, afin d'accroître la notoriété et de renforcer la désirabilité de la marque à l'international.
- Piloter les relations presse, publiques et partenariales, en identifiant et animant des réseaux d'influence, des ambassadeurs et des leaders d'opinion, afin de soutenir le rayonnement, la désirabilité et la réputation internationale de la marque.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée, articulée autour de deux livrables :

- Rapport écrit et soutenance orale d'une analyse critique d'une marque (identité, patrimoine, ADN, stratégie commerciale et d'influence).
- Présentation écrite et orale d'une stratégie de communication multimédia internationale (podcast, vidéo, campagne digitale, webdesign), intégrant les enjeux de diversité et de cohérence de marque.

RNCP42683BC09 — Intégrer les enjeux de durabilité et de responsabilité dans le développement international d'une marque

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser les enjeux de durabilité et de responsabilité applicables aux marchés internationaux de la mode et du luxe, en tenant compte des cadres réglementaires, des standards sectoriels, des attentes des consommateurs et des exigences des partenaires commerciaux.
- Intégrer les engagements RSE de l'entreprise dans les stratégies de développement international, en assurant leur déclinaison cohérente dans les actions de marketing, de communication, de distribution et de valorisation de la marque.
- Aligner les prises de parole et les dispositifs de communication internationale avec les engagements de durabilité, afin de garantir la crédibilité des messages, prévenir les risques de greenwashing et préserver la réputation de la marque.
- Intégrer les critères de responsabilité et de durabilité dans les relations avec les partenaires et distributeurs internationaux, en tenant compte des exigences de transparence, de traçabilité et de conformité sur les marchés ciblés.
- Évaluer l'impact des démarches de durabilité sur l'attractivité, la crédibilité et la performance internationale de la marque, en mobilisant des indicateurs adaptés et en formulant des recommandations d'ajustement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée sous forme d'une étude de cas contextualisée portant sur l'intégration des enjeux de durabilité et de responsabilité dans la stratégie de développement international d'une marque de mode ou de luxe.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les secteurs d'activité accessibles sont en premier lieu ceux liés à la mode et au luxe (prêt-à-porter, lingerie, maroquinerie, chaussure, horlogerie, joaillerie) mais aussi les secteurs des parfums et cosmétiques, du sport, de l'hôtellerie ou de l'univers de la maison.

Codes NAF :

14 Industrie de l'habillement

15 Industrie du cuir et de la chaussure

20.42 Fabrication de parfums et de produits pour la toilette

32.12 Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie

47.71 Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé

47.19A Grands magasins

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les principaux métiers occupés à l'issue de la certification relèvent des domaines de la communication, du marketing international et du sales merchandising, complétés par des fonctions en achats, distribution et collection merchandising.

La formation prépare à des postes de management et de coordination dans les entreprises et groupes internationaux de la mode et du luxe, tels que :

- Responsable commercial international (International Area Manager)
- Responsable merchandising, y compris merchandising de collection (Collection Merchandiser) et merchandising numérique (E-merchandiser)
- Responsable de marque (Brand Manager), Responsable communication digitale
- Responsable marketing
- Responsable des relations publiques et événementielles (PR & Events Manager)
- Responsable de la relation client (Customer Relationship Manager – CRM), y compris clientèle à forte valeur ajoutée (VIC – Very Important Client)
- Responsable réseau de distribution ou commerce de détail haut de gamme (Responsable retail)

Ces métiers s'exercent dans des environnements multiculturels et cross-canaux, où les diplômés contribuent à la visibilité internationale, à la performance commerciale et à la valorisation durable des marques de mode et de luxe.

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 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 753 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) 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) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	22 527
Jugés difficiles à recruter	29 %

Emplois saisonniers	13 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X80 — Maîtrise des magasins R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X92 — Cadres du management des magasins U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

La formation est ouverte aux candidats titulaires au minimum d'un diplôme de niveau 6 et justifiant d'un niveau C1 en anglais.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE

Le jury est composé de :

- un président enseignant-chercheur désigné par le recteur
- le recteur ou son représentant
- un représentant de la direction de l'établissement
- des enseignants et enseignants-chercheurs de l'établissement

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé de :

- deux professeurs de l'IFM n'intervenant pas au sein de la formation
- au moins un professionnel extérieur dont la qualité est en lien avec la certification visée

Les membres du jury ne doivent entretenir ou avoir entretenu aucune relation professionnelle ou personnelle avec le candidat, ni avoir accompagné le candidat dans sa démarche de validation des acquis de l'expérience.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/07/2031
Date de dernière délivrance possible	31/08/2034

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	88	0	86 %	—
2023	83	0	86 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP37695

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42683/>