MANAGER DU DÉVELOPPEMENT D'AFFAIRES A L'INTERNATIONAL

(Document non contractuel, ces renseignements peuvent donner lieu à des modifications)

RECONNAISSANCE

Titre certifié de niveau 7 - MANAGER DU DEVELOPPEMENT D'AFFAIRES A L'INTERNATIONAL
Code RNCP : 36368
Code diplôme : 16C31203
NSF : Commerce - Vente (312) + Gestion des échanges commerciaux (312p)
Niveau de sortie : Titre certifié de niveau 7
L'obtention du diplôme nécessite la validation de toutes les Unités d'Enseignements/Blocs de Compétences (10/20) ainsi que la rédaction et la validation d'un Rapport de Mission à l'International.

PUBLIC CONCERNÉ ET CONDITIONS D'ACCÈS

Toute personne titulaire :

- D'un niveau 6 ou bac+ 3 validé et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement
- D'un niveau 5 ou un bac + 2 validé et 2 années d'expérience professionnelle en lien avec l'international et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement
- 5 ans d'expérience professionnelle dans le commerce à l'international et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.

LE PROGRAMME DETAILLÉ

BLOC 1 - Elaborer la stratégie de développement à l'international	84 h
▪ MA1-Analyser les évolutions des marchés au niveau mondial ▪ MA2-Choisir les axes de développement à l'international ▪ MA3-Intégrer la stratégie internationale dans la politique de développement de l'entreprise ▪ MA4 – Intégrer la dimension digitale dans la stratégie de développement à l'international ▪ MB1-Evaluer les marchés existants ▪ MB2-Maîtriser les techniques de gestion et de financement à l'international ▪ MB3-Identifier les potentiels de développement de nouveaux marchés ▪ MB4-Définir les marchés prioritaires et les stratégies spécifiques	
Bloc 2-Piloter la stratégie de développement à l'international	**168 h**
▪ MC1-Elaborer la politique d'achat et de sourcing ▪ MC2-Evaluer la pérennité financière de l'entreprise partenaire ▪ MC3-Sécuriser les engagements contractuels des opérations internationales ▪ MC4-Elaborer un business plan à l'international ▪ MC5-Réaliser une négociation d'affaires dans un environnement complexe ▪ MD1-Définir les projets de développement à conduire ▪ MD2-Etablir le budget prévisionnel global des différents projets de développement	

▪ MD3-Adapter la stratégie d'affaires aux contextes règlementaires et juridiques des pays cibles ▪ MD4-Analyser et décider des stratégies opérationnelles à conduire ▪ MD5-Piloter la mise en œuvre des actions opérationnelles à l'international	
Bloc 3 – Evaluer et ajuster la stratégie de développement à l'international	**77 h**
▪ ME1-Auditer la performance des projets existants ▪ ME2-Décider des actions correctives à mener en adéquation avec la stratégie de l'entreprise ▪ ME3-Présenter et argumenter une stratégie de réajustement à sa direction générale	
Bloc 4 - Manager le service/département international	**147 h**
▪ MF1-Organiser les moyens humains et financiers d'un service à l'international ▪ MF2-Manager une équipe multiculturelle à l'international ▪ MF3-Manager une équipe multiculturelle à l'international en langue étrangère ▪ MF4-Optimiser les performances techniques de ses collaborateurs ▪ MF5-Développer le potentiel de ses collaborateurs	
Langues	**119 h**
Projet professionnel	**70 h**

NOMBRE D'HEURES DE FORMATION

910 HEURES

COMPÉTENCES ÉVALUÉES (PAR BLOC DE COMPÉTENCES)

Bloc 1 : Elaborer la Stratégie de Développement à l'International

- Définir les axes de développement à l'international de l'entreprise, en produisant des recommandations stratégiques argumentées, en vue de leur validation par sa direction générale, en fonction de la politique et du positionnement de l'entreprise et en s'appuyant sur l'analyse de l'évolution des marchés au niveau mondial.

- Concevoir le plan de développement à l'international de l'entreprise, en déterminant les conditions à réunir pour la croissance ou la conquête de segments de marché et en évaluant les moyens de financement à mobiliser au regard des projets à conduire, en s'appuyant sur l'analyse de données environnementales sur des marchés existants et à conquérir et en évaluant leurs potentialités, contraintes et risques respectifs.

Bloc 2 : Piloter la stratégie de développement à l'international

- Elaborer le business plan des nouvelles affaires à négocier, en gérant les relations partenariales à chacune des étapes à conduire, en établissant les conditions et critères de choix de nouveaux partenaires conformément à ses impératifs économiques et à la politique RSE de l'entreprise.

- Piloter la mise en œuvre des actions de développement commercial et marketing au sein des différentes zones, en veillant à l'équilibre et à la cohérence de l'ensemble, en déclinant la stratégie opérationnelle commerciale et marketing élaborée en collaboration avec la direction marketing.

Bloc 3 : Evaluer et ajuster la stratégie de développement à l'international

- Evaluer les évolutions des marchés et la pertinence des stratégies mises en œuvre au regard des résultats atteints, afin de décider des ajustements nécessaires à apporter au plan de développement, en fonction de chacune des zones concernées, en analysant les données reportées par les responsables commerciaux.

Bloc 4 : Manager les équipes du service/département international

- Manager le service international de son entreprise, en gérant son budget général et en coordonnant l'activité de ses collaborateurs, en organisant son fonctionnement et en assurant l'encadrement des responsables de zone dans un contexte multiculturel.

MÉTIERS, EMPLOIS ET FICHE(S) ROME LA OU LES PLUS PROCHES

Les entreprises confient à un Manager du Développement d'Affaires à l'International la réussite de leur développement avec l'étranger. Qu'il s'agisse de vendre ou d'acheter des matières, des produits ou des services dans tous domaines d'activités, et même si la négociation reste un élément clef de sa fonction, le Manager du Développement d'Affaires à l'International accède à des responsabilités plus élevées, celui de Développeur d'Affaires.

S'inscrivant dans une dimension anticipatrice des évolutions possibles des marchés, il élabore une stratégie de développement à moyen et long terme, tout en suivant les marchés au quotidien. Il doit être en mesure de définir les nouveaux pays à cibler, d'évaluer les investissements nécessaires pour développer de nouveaux marchés et d'estimer le retour en termes de chiffre d'affaires et de performance que l'entreprise peut espérer.

Si son poste reste basé en France, une grande partie de son temps est consacré à des déplacements et des rencontres avec ses différents partenaires dans leur zone d'implantation. C'est pour lui, un moyen privilégié de maintenir des relations de proximité et de se rendre compte, en direct, des capacités ou difficultés posées, afin de chercher des solutions adaptées au contexte local et à ses particularités.

A terme, les débouchés professionnels sont les suivants :

- Responsable commercial export
- Responsable commercial international
- Responsable des ventes à l'international
- Responsable marketing international
- Responsable des achats internationaux
- Responsable de Filiale
- Dirigeant d'entreprise privée

CODES DES FICHES ROME LES PLUS PROCHES :

M1707 : Stratégie commerciale
D1406 : Management en force de vente
M1705 : Marketing
M1102 : Direction des achats
M1301 : Direction de grande entreprise ou d'établissement public