

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 17676**

### Intitulé

Chargé de projets commerciaux et marketing à l'international

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION

Groupe Sup de Co Montpellier Business School (GSCMBS) | Directeur général

### Niveau et/ou domaine d'activité

**II (Nomenclature de 1969)**

**6 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

310 Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion, 312 Commerce, vente

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

La certification a pour objectif de former des cadres intermédiaires des affaires internationales dotés de l'expérience professionnelle et internationale leur permettant d'être immédiatement opérationnels, évolutifs, et socialement responsables.

Le professionnel développe une expertise commerciale et marketing transversale lui permettant d'assurer le traitement de tout ou partie des problématiques de l'entreprise en fonction de la taille de cette dernière. Les capacités attestées par ce titre intègrent des connaissances liées à la gestion des entreprises, de l'économie, du contexte géopolitique, des notions de responsabilité sociale et des savoirs faire spécifiques dans quatre grands domaines :

#### I. Marketing

Les titulaires sont capables de :

- Réaliser les études de marché et de concurrence ;
- Élaborer le bilan des actions marketing, proposition de mesures correctives, et des axes d'évolution.

#### II. Force de vente

Les titulaires sont capables de :

- Élaborer le plan d'action dans la zone géographique concernée et dans le respect de la stratégie globale et des valeurs de l'entreprise ;
- Développer l'activité commerciale dans la zone géographique concernée et dans le respect de la stratégie globale et des valeurs de l'entreprise ;
- Piloter les actions commerciales de sa zone géographique en fonction des objectifs ;
- Mettre en place et coordonner une veille commerciale et réglementaire.

#### III. Coordination et accompagnement des équipes

Les titulaires sont capables de :

- Mettre en place un appui technique aux équipes commerciales ;
- Animer les équipes commerciales opérationnelles dans le respect de la stratégie et des valeurs de l'entreprise ;
- Organiser/coordonner le travail.

#### IV. Gestion administrative et humaine

Les titulaires sont capables de :

- Identifier les besoins en personnel et recrutement dans le respect de la loi de non-discrimination ;
- Identifier les besoins en formation ;
- Mettre en oeuvre le plan de formation dans le respect de la loi en matière de plan de formation

### Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Le chargé de projets commerciaux et marketing à l'international travaille au sein du service commercial et d'export des entreprises, de sociétés de services aux entreprises ou dans des organismes territoriaux.

Chargé d'affaires export, Chef de secteur des ventes, Responsable des ventes internationales, Responsable régionaux des ventes export, Chef de zone export, Chef de produit à l'international (niveau I), Acheteur international, Chargé de projets marketing.

### Codes des fiches ROME les plus proches :

D1406 : Management en force de vente

M1703 : Management et gestion de produit

M1705 : Marketing

M1302 : Direction de petite ou moyenne entreprise

### Modalités d'accès à cette certification

#### Descriptif des composants de la certification :

Stage de fin de cursus :

- durée : six mois minimum et dix-huit mois maximum, à temps complet, dans une entreprise privée, une association ou une organisation publique, ce stage peut être réalisé en France ou à

l'étranger ;

Rapport de stage :

Objet :

o identifier une problématique au sein de l'entreprise avec une dimension théorique et pratique ;

o démontrer sa maîtrise du métier exercé ;

o démontrer sa connaissance et compréhension de l'environnement ;

o analyser les pratiques professionnelles rencontrées ;

o faire le lien entre les compétences mises en oeuvre et les autres compétences métier.

Soutenance :

- Objet :

o démontrer sa maîtrise du métier exercé ;

o démontrer la transférabilité des compétences mobilisées dans d'autres contextes professionnels ;

o porter un regard critique sur son travail écrit et son expérience en entreprise ;

o démontrer sa maîtrise des compétences Non validées précédemment ;

Etude de cas :

- Ecrit sur table (durée : 4 h) ;

- Etude de cas basée sur une compilation de ressources (revue de presse, études statistiques, documents professionnels, rapport d'entreprise, bilan social, etc.) ;

**Bloc de compétence :**

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 17676 - Contribuer à la définition de son offre et déployer une stratégie marketing au niveau national ou international</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Alimenter la direction avec des données opérationnelles en vue de définir et/ou de faire évoluer la stratégie marketing</li><li>• Identifier et piloter sa stratégie produit en tenant compte des enjeux sociétaux et en l'adaptant à son environnement culturel et/ou géographique</li><li>• Proposer une offre pertinente sur le marché en tenant compte du positionnement du produit, du positionnement marque de l'entreprise ainsi que de son environnement culturel et/ou géographique</li><li>• Structurer, mettre en oeuvre et suivre un plan d'action marketing global et/ ou par activité en tenant compte des enjeux de performance globale</li></ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Etudes de cas marketing</li><li>• Situations professionnelles problématisées reconstituées portant sur l'élaboration d'un diagnostic marketing, d'une étude de marché auprès de consommateurs et la mise en place d'un plan d'action marketing</li><li>• Situation professionnelle problématisée réelle portant sur une mission de conseil et diagnostic en marketing et lancement de produit</li></ul>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 17676 - Promouvoir et valoriser son entreprise et son offre au niveau national ou international</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Déployer la communication corporate à un niveau business en s'appuyant sur les nouveaux médias dans l'optique de booster sa stratégie multicanale</li> <li>• Développer son activité, améliorer son e-réputation et augmenter sa visibilité en identifiant les différents canaux de communication</li> <li>• Définir un plan de communication en fonction de la stratégie commerciale et en phase avec le positionnement identitaire de l'entreprise, son environnement concurrentiel et réglementaire, ses vecteurs de communication et ses canaux de distribution</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Situation professionnelle problématisée reconstituée portant sur la mise en œuvre d'une politique de communication multicanal permettant soit de développer ou d'optimiser l'activité ou l'image de l'entreprise</li> <li>• Situation professionnelle problématisée reconstituée portant sur l'e-réputation d'une entreprise</li> <li>• Situation professionnelle problématisée reconstituée portant sur un plan de communication d'une entreprise</li> </ul>
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 17676 - Développer et fidéliser son portefeuille clients au niveau national ou international</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborer et déployer un plan d'action commercial en cohérence avec la stratégie marketing et les objectifs de performance globale de l'entreprise</li> <li>• Identifier les nouvelles pistes de prospection et déployer des nouveaux modes de vente</li> <li>• Contribuer au développement des affaires grâce à des pratiques de recommandation, de lobbying et de réseautage en utilisant de nouveaux supports et média-numériques et en respectant l'éthique des affaires</li> <li>• Conclure des négociations complexes et/ou à fort enjeu</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Situation professionnelle problématisée reconstituée portant sur la définition et la construction d'un plan de développement commercial d'une entreprise en lien avec la stratégie marketing</li> <li>• Situation professionnelle problématisée reconstituée portant sur l'analyse des stratégies de réseautage et de lobbying de l'entreprise</li> <li>• Jeu de rôle/simulation de préparation et conduite d'une négociation complexe/ à fort enjeux</li> </ul>
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 17676 - Piloter une activité en mode gestion de projet au niveau national ou international</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concevoir et organiser le pilotage d'une activité en mettant en œuvre une stratégie de gestion de projet adaptée aux objectifs, contraintes et opportunités</li> <li>• Evaluer la performance des actions réalisées au moyen d'indicateurs pré établis et mettre en œuvre un plan d'amélioration continue</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Situation professionnelle problématisée reconstituée portant sur le pilotage de projet en entreprise</li> <li>• Situation professionnelle problématisée réelle portant sur une mission de conseil faisant appel aux outils et techniques de gestion de projet et présentation orale de préconisations ou solutions et plan d'organisation</li> </ul>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°5 de la fiche n° 17676 - Animer et fédérer une équipe</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Porter un projet en impliquant et suscitant l'adhésion de son équipe en vue d'atteindre les objectifs fixés</li> <li>• Animer son équipe en optimisant les relations interpersonnelles et globales et en favorisant les prises de décision par la mobilisation de l'intelligence individuelle et collective et les capacités de décision de chaque collaborateur dans leur périmètre d'activité</li> <li>• Fédérer son équipe autour de valeurs communes et faire émerger un esprit de collaboration et de responsabilisation au service de la performance collective en tenant compte des individualités</li> <li>• Intégrer la dimension interculturelle dans le management et l'animation d'une équipe</li> <li>• Intégrer dans son management et l'animation de groupes de travail l'utilisation d'outils favorisant la créativité et l'innovation</li> <li>• Intégrer les nouveaux modes managériaux dans son activité et la gestion de son équipe en mobilisant l'intelligence émotionnelle et collective pour susciter l'innovation et la créativité</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Situation professionnelle reconstituée portant sur l'étude d'un cas en management d'équipe pluriculturel</li> <li>• Jeux de rôle d'une animation d'équipe</li> <li>• Situation professionnelle reconstituée réelle portant sur le diagnostic des pratiques de management d'équipe d'une entreprise</li> </ul>
<p>Bloc de compétence n°6 de la fiche n° 17676 - Contribuer à la gestion administrative des ressources humaines</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participer au recrutement de nouveaux collaborateurs depuis la définition du poste jusqu'à leur intégration</li> <li>• Gérer et organiser l'activité de ses collaborateurs en cohérence avec le droit du travail, la politique ressources humaines et de responsabilité sociale de l'entreprise</li> <li>• Contribuer par l'évaluation des compétences à l'élaboration du plan de formation de l'entreprise</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Situation professionnelle problématisée reconstituée portant sur l'élaboration d'une fiche de poste ou d'une fiche d'objectifs</li> <li>• Jeux de rôle sur un entretien pour manager</li> </ul>

**Validité des composantes acquises : 5 an(s)**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
<p>Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant</p>	<p>X</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 salarié représentant la profession ;</li> <li>- 1 employeur représentant la profession ;</li> <li>- 2 institutionnels : représentant une collectivité territoriale, une université partenaire, une CCI ou un OPCA.</li> <li>- 1 animateur représentant l'Institution de formation garant du bon déroulement du jury et du traitement équitable des apprenants qui ne prend pas part à l'évaluation</li> </ul>

En contrat d'apprentissage	X	- 1 salarié représentant la profession ; - 1 employeur représentant la profession ; - 2 institutionnels : représentant une collectivité territoriale, une université partenaire, une CCI ou un OPCA. - 1 animateur représentant l'Institution de formation garant du bon déroulement du jury et du traitement équitable des apprenants qui ne prend pas part à l'évaluation équitable des apprenants qui ne prend pas part à l'évaluation
Après un parcours de formation continue	X	- 1 salarié représentant la profession ; - 1 employeur représentant la profession ; - 2 institutionnels : représentant une collectivité territoriale, une université partenaire, une CCI ou un OPCA. - 1 animateur représentant l'Institution de formation garant du bon déroulement du jury et du traitement équitable des apprenants qui ne prend pas part à l'évaluation
En contrat de professionnalisation	X	- 1 salarié représentant la profession ; - 1 employeur représentant la profession ; - 2 institutionnels : représentant une collectivité territoriale, une université partenaire, une CCI ou un OPCA. - 1 animateur représentant l'Institution de formation garant du bon déroulement du jury et du traitement équitable des apprenants qui ne prend pas part à l'évaluation
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2013	X	- 1 salarié représentant la profession ; - 1 employeur représentant la profession ; - 2 institutionnels : représentant une collectivité territoriale, une université partenaire, une CCI ou un OPCA. - 1 animateur représentant l'Institution de formation garant du bon déroulement du jury et du traitement équitable des apprenants qui ne prend pas part à l'évaluation

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

#### Base légale

##### Référence du décret général :

##### Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 12 août 2013 publié au Journal Officiel du 27 août 2013 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau II, sous l'intitulé "Chargé de projets commerciaux et marketing à l'international" avec effet au 02 janvier 2010, jusqu'au 27 août 2018.

##### Référence du décret et/ou arrêté VAE :

##### Références autres :

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

**Autres sources d'information :**

<http://www.supdeco-montpellier.com>

**Lieu(x) de certification :**

Groupe Sup de Co Montpellier Business School (GSCMBS) : Midi-Pyrénées Languedoc-Roussillon - Hérault ( 34) [Montpellier]

Groupe Sup de Co Montpellier Business School

**Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :**

Groupe Sup de Co Montpellier Business School

**Historique de la certification :**