

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 24870**

Intitulé

Manager marketing et commercial international (MS)

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Groupe ESSEC	Président de l'ESSEC

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312n Etudes de marchés et projets commerciaux

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Liste des activités visées par le diplôme, le titre ou le certificat

Cadre dirigeant de l'entreprise, le manager marketing et commercial international est un des acteurs clefs de son développement. Directement porteur de créativité et d'innovation, il est créateur de valeur pour son entreprise. Il rend directement compte à la Direction Générale de l'exercice de ses missions qui portent sur la définition de la stratégie marketing, la mise en œuvre, la planification et le contrôle de celle-ci, le développement de l'activité commerciale, le développement de la relation client, la conception et mise en œuvre de la stratégie marketing, le management d'une équipe. Le manager marketing et commercial international fait souvent partie du comité de direction de l'entreprise.

Depuis quelques années, son métier a été profondément impacté par la révolution digitale. La communication avec le client est désormais dans les deux sens et les réseaux sociaux ont donné à ce dernier la possibilité de faire entendre vite et fort son opinion de l'entreprise et de sa marque. Il faut donc trouver de nouvelles voies pour faire face à cette nouvelle donne et le marketing classique doit s'adapter à cette nouvelle donne. Il lui faut également intégrer les considérations liées à la RSE et les nécessités d'une communication transparente avec le consommateur. Etant directement touché dans son activité par la révolution digitale, le manager marketing et commercial international est amené à accompagner les autres managers et les collaborateurs à se familiariser avec ces nouveaux modes de communication.

Le manager marketing et commercial international peut assurer tout ou partie de ces missions et des domaines d'activités suivants :

- La définition de la stratégie marketing
- La mise en œuvre opérationnelle, la planification et le contrôle de la stratégie marketing
- Le développement de l'activité commerciale
- Le développement de la relation client
- La conception et la mise en œuvre de la stratégie digitale
- Le management d'un service

Les capacités attestées :

- Définir la stratégie marketing en la situant dans une perspective d'innovation et de croissance
- Mettre en œuvre, planifier et contrôler la stratégie marketing, en s'assurant que les résultats soient conformes aux objectifs fixés
- Développer l'activité commerciale de l'entreprise en renforçant sa position sur le marché et en augmentant ses résultats
- Développer la relation client afin de leur proposer une offre de produits et de services conformes à leurs attentes et d'augmenter le taux de rétention et le chiffre d'affaires par client
- Concevoir et mettre en œuvre la stratégie digitale de l'entreprise en donnant aux managers et aux collaborateurs les moyens de devenir acteurs de cette évolution
- Manager une équipe en organisant le fonctionnement de son service au regard des projets à conduire et en mettant en œuvre un mode de management adapté à ses collaborateurs et à leur niveau de responsabilité

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

Le manager marketing et commercial international exerce son activité dans l'ensemble des secteurs de l'économie, au sein de toute structure :

- entreprises privées de taille moyenne ou importante : PME/PMI, grandes entreprises, groupes internationaux, holdings, SSII
- ONG, fondations, associations
- entreprises publiques et administrations
- cabinets de conseil
- agences digitales
- agences de communication
- Directeur / Directrice du marketing
- Directeur / Directrice de la mercatique
- Directeur / Directrice marketing produits
- Customer Relationship Manager (CRM)

- Directeur / Directrice clientèle
- Directeur commercial / directrice commerciale
- Directeur commercial export / directrice commerciale export
- Directeur commercial international / directrice commerciale internationale

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1707 : Stratégie commerciale

M1705 : Marketing

M1704 : Management relation clientèle

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Les modalités d'évaluation des capacités professionnelles ont été choisies en fonction de leur proximité avec des situations professionnelles. Elles portent sur la réalisation de travaux identiques à ceux que doivent produire des professionnels en service, par exemple :

- Une stratégie marketing
- Les modalités de mise en œuvre opérationnelle, planification et contrôle de la stratégie marketing
- Un exemple de campagne de prospection
- Une offre de produits et services destinée :
 - à de nouveaux clients
 - à des clients existants
- L'organisation du CRM (gestion de la relation client)
- Un exemple de stratégie digitale
- L'organisation de l'équipe marketing

Chaque bloc, décrit ci-dessous, forme un tout et peut être acquis de façon autonome par le salarié en fonction de ses besoins.

En cas de validation partielle par le jury de VAE, le candidat peut obtenir les compétences qui lui manquent en acquérant un bloc de compétences. Le bloc de compétences validé sera un élément constitutif du dossier préparé dans le cadre de la VAE.

Pour obtenir la certification de niveau I « Manager marketing et commercial international », le candidat doit valider la totalité des 6 blocs

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 24870 - La définition de la stratégie marketing	<p>Descriptif</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser une étude du marché, de la concurrence et de l'environnement - Réaliser une analyse interne des capacités de l'entreprise - Réaliser une analyse externe - Définir les orientations stratégiques marketing - Fixer des objectifs commerciaux et financiers <p>Modalités d'évaluation</p> <p>Production attendue du candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une stratégie marketing <p>Présentant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une étude du marché, de la concurrence et de l'environnement - Le diagnostic interne : forces et faiblesses de l'entreprise - Le diagnostic externe : opportunités et menaces de l'environnement et du marché - Les objectifs <p>Validation du bloc de compétences : Ce bloc fait l'objet d'un certificat</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 24870 - La mise en œuvre opérationnelle, la planification et le contrôle de la stratégie marketing</p>	<p>Descriptif</p> <ul style="list-style-type: none"> - Déployer les orientations marketing - Etablir le plan marketing - Définir les actions de marketing opérationnel - Elaborer le budget annuel et pluriannuel - Effectuer le suivi du budget - Evaluer les résultats des actions mises en place au regard des objectifs et des prévisionnels du plan marketing <p>Modalités d'évaluation</p> <p>Production attendue du candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les modalités de mise en œuvre opérationnelle, planification et contrôle de la stratégie marketing <p>Présentant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le plan marketing - Le marketing mix (mix marketing) - Le budget annuel - Le système de suivi du budget <p>Validation du bloc de compétences : Ce bloc fait l'objet d'un certificat</p>
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 24870 - Le développement de l'activité commerciale</p>	<p>Descriptif</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pratiquer une veille concurrentielle systématique - Identifier et développer une offre commerciale unique - Prospecter pour acquérir de nouveaux clients - Renforcer la relation avec les clients existants - Développer des offres de produits et services - Organiser l'activité de l'équipe commerciale <p>Modalités d'évaluation</p> <p>Production attendue du candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un exemple de campagne de prospection <p>Présentant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les cibles choisies - les différentes techniques de prospection - les moyens mis en œuvre • Une offre de produits et services - destinée à de nouveaux clients - destinée à des clients existants <p>Validation du bloc de compétences : Ce bloc fait l'objet d'un certificat</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 24870 - Le développement de la relation client</p>	<p>Descriptif</p> <ul style="list-style-type: none"> - Choisir les canaux les mieux adaptés pour recueillir les remontées clients - Analyser les informations en provenance des clients - Déterminer les grandes tendances afin de mieux orienter et cibler les actions en direction des clients - Faire un reporting (présentation de tableaux de bord) régulier aux services concernés de l'entreprise - Mettre en œuvre les moyens de fidéliser les clients - Mesurer l'efficacité de la stratégie de fidélisation <p>Modalités d'évaluation</p> <p>Production attendue du candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'organisation du CRM (Customer Relationship Management ou Gestion de la Relation Client) <p>Présentant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un outil de recueil des remontées clients - Une synthèse des grandes tendances des remontées clients - Un programme de fidélisation - Des indicateurs de mesure de l'efficacité du programme de fidélisation <p>Validation du bloc de compétences : Ce bloc fait l'objet d'un certificat</p>
<p>Bloc de compétence n°5 de la fiche n° 24870 - La conception et la mise en œuvre de la stratégie digitale</p>	<p>Descriptif</p> <ul style="list-style-type: none"> - Initier la présence de la marque sur les différents outils digitaux - Adapter la communication classique vers les clients aux canaux digitaux - Intégrer les clients dans une approche participative et collaborative - Créer une base de données adaptée aux produits et services offerts - Prévoir les comportements probables des collaborateurs - Aider l'entreprise à s'adapter à ces nouveaux modèles - Favoriser le développement de l'expertise des services en lien avec le digital <p>Modalités d'évaluation</p> <p>Production attendue du candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un exemple de stratégie digitale <p>Présentant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les actions à conduire - L'argumentation des choix effectués - L'analyse critique d'un support de communication digitale - Un projet d'accompagnement des managers et des équipes <p>Validation du bloc de compétences : Ce bloc fait l'objet d'un certificat</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°6 de la fiche n° 24870 - Le management d'un service	<p>Descriptif</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborer le budget de fonctionnement du service - Répartir les missions entre chacun de ses collaborateurs - Animer des réunions permettant de faire le bilan des objectifs atteints - Apporter une aide méthodologique à ses collaborateurs - Mener des entretiens d'appréciation de leurs compétences <p>Modalités d'évaluation</p> <p>Production attendue du candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'organisation du service marketing <p>Présentant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La composition de l'équipe - La répartition des missions - Le profil de compétences/mission - Le plan de formation du service <p>Validation du bloc de compétences : Ce bloc fait l'objet d'un certificat</p>

Validité des composantes acquises : 5 an(s)

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	50% de représentants professionnels du domaine marketing 50% de représentants de l'ESSEC
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	50% de représentants professionnels du domaine marketing 50% de représentants de l'ESSEC
En contrat de professionnalisation	X	50% de représentants professionnels du domaine marketing 50% de représentants de l'ESSEC
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2008	X	50% de représentants professionnels du domaine marketing 50% de représentants de l'ESSEC

	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 28 janvier 2009 publié au Journal Officiel du 7 février 2009 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau I, sous l'intitulé Manager marketing international avec effet au 7 février 2009, jusqu'au 7 février 2014.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 26 novembre 2015 publié au Journal Officiel du 3 décembre 2015 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour quatre ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager marketing et commercial international (MS)" avec effet au 7 février 2014, jusqu'au 3 décembre 2019.

Pour plus d'informations

Statistiques :

De 80 à 130 titulaires de la certification par an

<http://www.essec.fr/programmes/masteres-specialises/marketing-management.html>

Autres sources d'information :

<http://executive-education.essec.edu/fr/programme/diplomes-de-niveau-1/marketing-management-fr/>

Essec

Lieu(x) de certification :

Groupe ESSEC

1 avenue Bernard Hirsch

BP 50105

95021 Cergy Pontoise Cedex

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

ESSEC BUSINESS SCHOOL

1 avenue Bernard Hirsch

CS 50105 Cergy

95021 CERGY PONTOISE Cedex

ESSEC Executive Education

CNIT BP 230

2 place de la Défense

92053 PARIS LA DEFENSE

Historique de la certification :

Certification labellisée par la Conférence des Grandes Ecoles depuis février 1986 sous l'intitulé Mastère Spécialisé® Marketing Management.

Certification précédente : [Manager marketing international](#)