

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 6583**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible

Manager marketing international

Nouvel 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, Président de l'ESSEC

Cette certification fait l'objet d'une co-délivrance : tous les certificateurs doivent être signataires

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

310m Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion, 312n Etudes de marchés et projets commerciaux

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le Manager Marketing International élabore les décisions de stratégie marketing de l'entreprise. Il assure une veille économique et technologique, analyse les évolutions du marché, élabore un diagnostic marketing, déploie les orientations. Il initie et supervise les actions de communication, en contrôle leur efficacité, analyse et préconise des recommandations sur les innovations produits, s'assure de leur application.

Il supervise le déroulement des actions marketing, définit le cahier des charges des prestataires extérieurs, anime et coordonne les négociations.

Il suit l'évolution commerciale des produits et coordonne les activités qui concourent à la réalisation du plan marketing.

Il suit, évalue et contrôle la rentabilité des actions menées.

Il conçoit et coordonne la politique de recrutement et de fidélisation de clients, conseille les enseignes distributrices sur leur politique d'assortiment et d'implantation des produits dans les points de vente.

Il définit, élabore, contrôle un budget annuel et pluriannuel.

Le titulaire de la certification est capable de :

1. Définition de la stratégie marketing

- positionner l'entreprise dans un environnement concurrentiel,
- organiser un dispositif d'intelligence économique, traduire les enjeux en risques et opportunités
- maîtriser des méthodes de benchmarking,
- maîtriser les techniques d'analyse stratégique comparative et discriminante.

2. Mise en œuvre et suivi de la stratégie marketing

- maîtriser la planification marketing et/ le business plan.
- coordonner l'interdépendance entre le commercial et le marketing.
- organiser le management de la distribution et le merchandising
- élaborer des argumentaires commerciaux.

3. Maîtrise financière de la stratégie marketing

- maîtriser des outils financiers et comptables de l'entreprise.
- maîtriser des techniques d'audit, de contrôle et de pilotage des coûts
- maîtriser les méthodes d'analyse des coûts et des marges.

4. Management des ressources humaines de l'équipe marketing

- maîtriser la conduite des entretiens de recrutement
- anticiper et définir les besoins en compétence et ressources
- élaborer des processus et des normes pour un meilleur fonctionnement d'équipe
- optimiser et évaluer les performances des membres de l'équipe.

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

Le Manager marketing international exerce ses fonctions dans de grandes entreprises multinationales privées ou à la direction de petites et moyennes entreprises dans les domaines suivants : la grande consommation, l'agroalimentaire, le luxe, la pharmacie, le secteur bancaire, les cosmétiques, l'industrie, les télécommunications..., mais également dans les organisations du secteur public ou encore au sein de cabinets de consultants spécialisés.

Les emplois occupés peuvent être :

- chef de groupe
- directeur marketing
- directeur de la stratégie
- directeur du développement.

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1707 : Stratégie commerciale

M1705 : Marketing

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Après formation, la certification comporte huit composantes principales : 1 : Jeux de simulations globales et transversales qui prennent en considération une interactivité entre des fonctions différentes en entreprises : la finance, le marketing, la recherche, les achats, les systèmes d'informations mais également des environnements et des cultures économiques différents. (mini entreprise)

2 : Rapports écrits et soutenances orales utilisant les compétences informatiques (Word, Excel, Powerpoint).et les compétences linguistiques. Ces rapports et soutenances permettent de vérifier la capacité des apprenants à maîtriser des concepts techniques et pratiques qui font partie du cœur de compétence du métier.

3 : Jeux de rôle, exercices pratiques, mises en situation à partir de cas réels. Ces mises en situation sont contrôlées par les formateurs et les professionnels du métier invités à participer à l'évaluation en centre.

4 : Etudes de cas permettant de sensibiliser les apprenants à la diversité des situations.

5 : Evaluation 360° par cinq sources indépendantes. Lors de la réalisation de la mission en entreprise, d'une durée de 4 à 6 mois, les compétences managériales et techniques de l'apprenant sont mises en évidence.

6 : Rédaction d'une thèse professionnelle dont le sujet de réflexion prend son origine dans l'expérience de l'apprenant en entreprise. Elle permet d'appréhender les capacités de synthèse de l'apprenant, son aptitude à communiquer et ses facultés d'intégration en milieu professionnel.

7 : Rapports de restitution d'expériences écrits et oraux, évoquant les problèmes rencontrés pendant les séjours en entreprise et faisant état des solutions mises en œuvre par les apprenants.

8 : Analyse et comptes rendus oraux sur des préparations de dossiers, définis conjointement par le centre et l'entreprise, présentant des situations problématiques, dans un contexte de mondialisation de l'activité.

Validité des composantes acquises : 5 an(s)

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUI/NON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	50% de représentants de l'organisme 50% de professionnels
En contrat d'apprentissage	X	Idem
Après un parcours de formation continue	X	Idem
En contrat de professionnalisation		X
Par candidature individuelle		X
Par expérience dispositif VAE prévu en 2008	X	33 % de représentants de l'organisme 66 % de professionnels

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

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX
Autres certifications : Cette certification également accréditée par la Conférence des Grandes Ecoles (CGE) sous la dénomination "Mastère Spécialisé en Marketing Management " depuis février 1986.	

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 :

Pour plus d'informations

Statistiques :

De 68 à 80 titulaires de la certification par an

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

Autres sources d'information :

Lieu(x) de certification :

GROUPE ECOLE SUPERIEURE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES (ESSEC)

En France :

Avenue Bernard Hirsch
BP 50105
95021 Cergy Pontoise Cedex

2, place de la Défense
BP 230
92053 Paris la Défense Cedex

En Asie :
ESSEC Asian Center
100 Victoria street
National library 13-02
Singapour 188064

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

En France : Avenue Bernard Hirsch
BP 50105
95021 Cergy Pontoise Cedex

2, place de la Défense
BP 230
92053 Paris la Défense Cedex

En Asie :
ESSEC Asian Center
100 Victoria street
National library 13-02
Singapour 188064

Historique de la certification :

Certification suivante : Manager marketing et commercial international (MS)