



Mise à jour : 28.06.2022

Master DEG Stratégie et Marketing, spécialité Commerce international

NIVEAU DE CERTIFICATION VII

FAMILLE

Marketing, Communication, Vente

CODE NSF

310 Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion
311 Transports, manutention, magasinage
312 Commerce, vente

NIVEAU FRANÇAIS I

CODE-ROME

M1702 : Analyse de tendance
M1705 : Marketing
M1707 : Stratégie commerciale
N1301 : Conception et organisation de la chaîne logistique
N1302 : Direction de site logistique

Présentation

L'objectif de cette certification est de former le titulaire aux fonctions suivantes :

- Direction d'un département export,
- Responsabilité d'une zone export,
- Responsabilité d'une filiale implantée à l'étranger,
- Responsabilité de la logistique internationale,
- Responsabilité des achats à l'international,
- Conseil en commerce international...

Dans le cadre de ces fonctions, le diplômé peut :

- organiser et mettre en œuvre des actions de commerce international,
- développer des analyses concernant les marchés visés,
- négocier des contrats à l'échelle internationale,
- participer à la définition de la politique commerciale de l'entreprise,
- diriger un service ou une équipe... Compétences transversales

Trois niveaux proposés : I (initiation) = réalisation de l'activité avec de l'aide U (utilisation) = réalisation de l'activité en autonomie M (maîtrise) = capacité à transmettre, voire à former à l'activité et la faire évoluer.

Les compétences



Le titulaire de la certification est capable de :

Compétences organisationnelles :

- Gérer des activités d'exportation et d'importation
- Maîtriser des techniques logistiques
- Négocier et monter des contrats commerciaux
- Analyser des données liées aux études de marché
- Travailler en autonomie
- Utiliser les technologies et les logiciels liés au commerce international
- Effectuer une recherche d'information
- Mettre en œuvre un projet
- Situer son travail dans un contexte juridique
- Communiquer : rédiger clairement, préparer des supports de communication adaptés oraux et écrits, prendre la parole en public et commenter des supports, communiquer en langues étrangères (cours en anglais)
- Travailler en équipe : s'intégrer, se positionner, collaborer dans un contexte de mission professionnelle et de production en groupe.
- S'intégrer dans un milieu professionnel : identifier ses compétences et les communiquer, situer une entreprise ou une organisation dans son contexte socio
- économique, identifier les diverses fonctions d'une organisation, se situer dans un environnement hiérarchique et fonctionnel, respecter les procédures, la législation et les normes de sécurité
- Entretien et développer un réseau de relations professionnelles
- Traiter une problématique, construire et développer une argumentation, hiérarchiser les informations, interpréter les résultats, élaborer une synthèse
- Connaître et respecter les normes de présentation d'un travail scientifique
- Faire preuve de capacité d'abstraction, d'analyse et de synthèse
- Analyser une situation complexe
- Intégrer les concepts et théories de gestion dans un contexte de recherche
- action professionnelle
- Gérer un service export et prendre en charge les relations avec les autres fonctions de l'entreprise et les prestataires de services habituels
- Préparer un plan d'affaires international
- Réaliser les produits et supports de communication écrits, visuels et audiovisuels
- Développer un réseau de partenaires et suivre les informations sectorielles, réglementaires, techniques et celles des médias
- Définir une politique de marketing internationale
- Définir une stratégie d'internationalisation

Voie d'accès

- ✓ Formation Initiale
- ✓ Formation continue



- ✓ Candidature individuelle
- ✓ Contrat de professionnalisation
- ✓ VAE

Organismes certificateur

- Université Poitiers

Métiers cibles

MARKETING, COMMUNICATION, VENTE

- Responsable marketing H/F
- Chef(fe) de projet marketing digital
- Chef(fe) de projet e-commerce
- Chargé(e) d'études marketing