

Directeur(trice) marketing et commercial (MS)

RNCP27951 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320, 312
Code(s) ROME	M1705, M1707, D1406, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	03/03/2020

Certificateur(s)

Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Ile-de-France (CCI Paris Ile-de-France) - Groupe HEC
<http://www.hec.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

La certification Directeur Marketing et Commerciale d'HEC Paris s'adresse aux cadres d'entreprise qui souhaitent se préparer ou renforcer leur expertise dans l'une ou plusieurs des fonctions suivantes: Directeur marketing, Directeur commercial et Directeur de la communication.

Chacun de ces postes a pour mission de définir, mettre en œuvre et faire appliquer la politique de l'entreprise en cohérence avec la stratégie générale de celle-ci. Les personnes occupent bien souvent des places en tant que membre du Comité de Direction (CODIR) ou Comité Exécutif (COMEX) et, dans ce cadre, est partie prenante des décisions majeures de l'entreprise, de la filiale ou de l'entité économique considérée

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

- A1. Définir la stratégie marketing et piloter la mise en œuvre du plan marketing
- A.2 Définir la stratégie commerciale et fixer les objectifs de vente, piloter l'exécution du plan d'action commerciale
- A3. Définir la stratégie de communication, concevoir et mettre en œuvre le plan de communication de l'entreprise
- A.4. Manager les équipes et l'environnement

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les capacités attestées :

Nota : l'ensemble de compétences qui suivent sont évaluées en français et en anglais

A1. Définir la stratégie marketing et piloter la mise en œuvre du plan marketing

Aligner un plan stratégique et un plan marketing opérationnel

Maîtriser les techniques et méthodes d'analyse de l'environnement

Maîtriser les outils et techniques de marketing opérationnel pour définir un mix produits, une segmentation client, une politique de distribution et un plan média.

Maîtriser les outils de planification de ressources (financières, humaines, ...) et de budgétisation

Concevoir des indicateurs de suivi d'exécution d'un plan marketing

A.2 Définir la stratégie commerciale et fixer les objectifs de vente, piloter l'exécution du plan d'action commerciale

Aligner le plan marketing et le plan d'action commerciale

Concevoir une politique tarifaire par segment de marché voire par client en prenant en compte les contraintes de rentabilité

Maîtriser les principaux outils de mesure et de management de la performance (Budget, Retour sur Investissement, Indices de performance clés (KPI), ...)

Maîtriser les principales techniques de ventes, de distribution, et de promotions sur les marchés principaux de

l'entreprise

Communiquer positivement et transmettre l'enthousiasme aux équipes de vente

A.3 Définir la stratégie de communication, concevoir et mettre en œuvre le plan de communication de l'entreprise

Evaluer les différents supports médiatiques : affichages, brochures, sites internet, réseaux sociaux, évènement, etc... selon leur mérite pour construire le plan média

Assurer la cohérence entre l'image de l'entreprise, sa culture et le plan de communication

Favoriser le développement et l'utilisation de supports de communication innovants

Défendre un budget en tenant comptes des contraintes de retour sur investissement (ROI)

A.4 Manager les équipes et l'environnement

Encadrer et diriger des équipes comportant des cadres et des experts

Maîtriser la prise de parole en public

Mobiliser ses qualités de leadership pour motiver les équipes

Blocs de compétences

RNCP27951BC01 — Stratégie marketing et mise en œuvre du plan marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

•
Maîtriser les techniques et méthodes d'analyse de l'environnement

•
Maîtriser les outils et techniques de marketing opérationnel pour définir un mix produits, une segmentation client, une politique de distribution et un plan média.

Modalités d'évaluation :

- Réalisation d'un plan marketing en entreprise
- Travail individuel sur cas réels d'entreprise

RNCP27951BC02 — Stratégie commerciale, objectifs de vente, pilotage et exécution du plan d'action commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

•
Aligner un plan marketing et un plan d'action commercial

•
Maîtriser les principaux outils de mesure et de management de la performance (Budget, Retour sur Investissement, Indices de performance clés (KPI), ...)

•
Maîtriser les principales techniques de ventes, de distribution, et de promotions sur les marchés principaux de l'entreprise

Modalité d'évaluation :

- Réalisation d'un plan d'action commerciale en entreprise

RNCP27951BC03 — Stratégie de communication, conception et mise en œuvre du plan de communication de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

•
Evaluer les différents supports médiatiques : affichages, brochures, sites internet, réseaux sociaux, évènement, etc... selon leur mérite pour construire le plan média

•
Favoriser le développement et l'utilisation de supports de communication innovants

Modalité d'évaluation :

- Réalisation d'un plan de communication en entreprise

RNCP27951BC04 — Management des équipes et l'environnement

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Mobiliser ses qualités de leadership pour motiver les équipes
 - Encadrer et diriger des équipes comportant des cadres et des experts
- Modalité d'évaluation :
- Travail collectif sur cas réels d'entreprises thématiques permettant de mesurer l'acquisition de compétences en lien avec les activités du référentiel

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les postes accessibles aux titulaires de la certification existent dans la grande majorité des grands groupes, des grandes entreprises et des ETI/PME/PMI, de la plupart des secteurs d'activité.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur Marketing, Directeur Commercial, Directeur de la Communication, Marketing and Commercial Director

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 001 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	14 455
Jugés difficiles à recruter	26 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation continue, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Il est composé de 4 personnes

Président du jury

Directeur adjointe des Mastères Spécialisé®

Deux professionnels, titulaires de la certification

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 03/03/2020

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP28346

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/27951/>