

Programme Grande Ecole

RNCP34892 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DipViGrM — Diplôme visé grade de master
Code(s) NSF	310, 300, 312
Formacode(s)	34054, 34073, 46347, 46302
Code(s) ROME	M1205, D1406, M1703, M1706
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2023

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

ASSOCIATION POUR LE DEVELOPPEMENT DE L'ENSEIGNEMENT COMMERCIAL ET DE LA GESTION ADEC
· SIRET : 78420583300055

ISTEC · SIRET : 90023572200023

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Cadre généraliste :

Le titulaire de la fonction est un cadre polyvalent qui peut être amené à effectuer des actions commerciales, de marketing, de communication et de gestion d'entreprise. Il peut également exercer des activités de management des ressources humaines.

Cadre spécialiste :

En tant que spécialiste en marketing il peut intervenir en marketing opérationnel, marketing et management de l'événementiel ou le marketing international du luxe (élaboration, mise en œuvre et suivi des politiques marketings). En tant que spécialiste en communication d'entreprise, il conçoit et développe des politiques et des actions de communication internes ou externes. Le spécialiste en développement peut évoluer à l'international, en entrepreneuriat ou en développement durable (création d'entreprise notamment dans un contexte international, identification des enjeux liés au développement durable). En tant que spécialiste de la gestion et de l'administration de l'entreprise, il pilote les grands projets en lien avec la stratégie de l'entreprise. Le spécialiste en management est amené à impulser et à mettre en œuvre une politique des ressources humaines en lien direct avec la stratégie de l'entreprise.

ACTIVITÉS VISÉES

1. Connaître des outils de micro-management (rémunération, recrutement, évaluation...) ; connaître les différentes parties prenantes de l'entreprise et pouvoir identifier leurs enjeux, stratégies d'action ; posséder une vision historique et problématisée de l'entreprise et de son rôle dans la société.
2. Monter un projet de sa conception à sa promotion ; élaborer un business model et monter un business plan ; maîtriser les bases du droit des sociétés ; maîtriser la démarche ante-crédation d'entreprise.
3. Réaliser une étude sectorielle, une étude de marché et une étude marketing par la mobilisation des outils appropriés (argumentaire de vente, prospection, plans marketing, de communication, d'actions commerciales...) ; manager une équipe ; posséder des notions liées au commerce international ; manier l'anglais ; connaître les spécificités des stratégies marketing par secteur, le commerce électronique, le développement durable et ses répercussions sur les stratégies marketing.

4. Comprendre et analyser l'environnement concurrentiel ; maîtriser le déploiement de la Business Strategy au sein d'une filiale ou d'une Business Unit ; gérer un portefeuille d'activités stratégiques ; avoir des éléments de compréhension du dispositif de Supply chain. 5. Exploiter les dispositifs comptables et analytiques et les outils financiers indispensables au management de l'entreprise (contrôle de gestion, investissement, optimisation de la trésorerie...) ; évaluer les performances d'une entreprise, d'élaborer des stratégies financières.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Pouvoir mener et conclure la phase de négociation par une mise en œuvre de techniques, outils et comportements performants.

Concevoir, organiser, déployer, piloter et concrétiser les attentes du client par un management de projet efficient.

Dans le cadre de la spécialisation « Marketing événementiel et communication » :

Comprendre la place de l'événementiel dans une stratégie de communication et de formuler des propositions d'événements (sportifs, culturels, ou pour le compte d'une entreprise) en cohérence avec l'image et le but du commanditaire.

Pouvoir participer de façon autonome ou organiser lui-même un événement interne ou externe à l'entreprise aux différents stades opérationnels de son déroulement : conception (élaboration du brief ou réponse au brief, choix du site, idées créatives), mise en œuvre (commercialisation, communication, logistique, gestion de projet, budget/financement), évaluation (bilan, analyse des retombées).

Arrêter le montage financier d'une opération en incluant les possibilités de sponsoring et de mécénat.

Dans le cadre de la spécialisation « Marketing international du luxe » :

Avoir acquis des fondamentaux, appliqués au Luxe et dans un contexte international, notamment dans les domaines suivants : marketing/développement produits, distribution (différents réseaux, traitement du client), communication, et gestion (droit, finance).

Apprécier les caractéristiques - communes et différentes - des principaux secteurs du Luxe.

Mettre en perspective ses connaissances du Luxe dans un cadre historique, culturel et sociologique et percevoir les « codes » de ce secteur d'activités.

Ses compétences et son vécu doivent lui permettre de s'intégrer- au sein de marques de Luxe ou de prestataires- en particulier, dans des postes à dominante marketing/création/ développement produits, commercial, achats, communication ou dans des fonctions généralistes auprès de créateurs ou de TPE (Très Petites Entreprises).

Dans le cadre de la spécialisation « Marketing opérationnel et digital » :

Analyser et de comprendre de manière opérationnelle la problématique marketing/marketing stratégique de l'entreprise (segmentation, ciblage, positionnement concurrentiel, marketing-mix).

Concevoir des plans d'actions marketing/communication de nature à développer les ventes de l'entreprise.

Mettre en place et suivre un budget marketing/communication (maîtrise des enjeux budgétaires et des outils de pilotage associés).

Comprendre les enjeux du marketing stratégique et opérationnel d'une entreprise et piloter l'écosystème digital de l'entreprise.

Comprendre et analyser les comportements des internautes, de créer et gérer des sites web performants, de maîtriser la distribution omnicanal.

Développer une stratégie de marque sur le web et de manager des projets de développement numériques.

Dans le cadre de la spécialisation « Marketing Business to Business » :

Maîtriser les outils, techniques et méthodes du Marketing BtoB.

Connaitre les problématiques industrielles classiques, celles des biens d'équipement et les services inter-entreprises (vente de prestations, dématérialisation des offres).

Maîtriser les méthodes et outils spécifiques du marketing interentreprises (connaissance client, de commercialisation, de communication) et être capable de définir et mettre en œuvre une stratégie BtoB dans un contexte mondialisé.

Créer une entreprise en ayant défini préalablement son business model et son business plan.

Assurer avec succès le développement de cette entreprise en cohérence avec son business plan, en ayant en particulier la capacité à prendre en compte des changements significatifs de paramètres environnementaux.

Piloter les étapes clés (levée de fonds, négociations avec les investisseurs, recrutement des ressources, management de la dynamique de croissance).

Dans le cadre de la spécialisation « Finance et développement de l'entreprise » :

Réaliser des audits financiers dans différents contextes (création/reprise/cession d'entreprise, rupture stratégique).

Réaliser le contrôle de gestion ainsi que le pilotage des flux financiers.

Participer au développement d'activités (validation de faisabilité, consolidation, analyse en vue d'une réorientation

stratégique).

Être force de proposition dans le conseil en développement d'activité.

Bonne maîtrise des outils financiers pour définir des politiques financières et de procéder à l'évaluation d'entreprises.

Dans le cadre de spécialisation « Marketing et management des achats » :

Appréhender les effets de la mondialisation des achats dans leur complexité et globalité.

Pouvoir formaliser une stratégie d'achat en intégrant la dimension responsabilité sociale de l'entreprise.

Connaître la chaîne logistique, l'analyse de la valeur, l'analyse du risque.

Piloter un projet intégrant la dimension système d'information et gestion de la data.

Connaître les techniques de négociation fournisseurs, le sourcing et le cadre juridique de la fonction achats.

Blocs de compétences

RNCP34892BC01 — Concevoir, formaliser et mettre en œuvre la stratégie marketing - vente globale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer et structurer une stratégie marketing – vente

Réaliser une étude de marché, une étude marketing.

Appréhender les stratégies de distribution omnicanal, e-commerce...

Concevoir une politique de relation client,

Élaborer, gérer et contrôler le budget d'un plan marketing opérationnel et d'un plan d'action commerciale

Manager une équipe, une force de vente

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des cours renvoyant au bloc de compétences.

Évaluations sommatives des compétences démontrées lors d'un travail individuel ou de groupe ou sur différents projets (étude sectorielle, étude de marché, étude marketing) par la mobilisation des connaissances et la construction d'outils appropriés : argumentaire de vente, prospection, plans marketing, d'actions commerciales etc.

Par des études de cas, évaluation de la capacité de l'étudiant à utiliser les outils de micro-management (rémunération, recrutement, évaluation etc.)

RNCP34892BC02 — Concevoir et mettre en œuvre la stratégie de communication de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Formaliser une politique globale de communication d'entreprise dans le cadre d'une stratégie corporate,

Concevoir et mettre en œuvre un plan d'action Media et Réseaux Sociaux,

Développer une stratégie de marque,

Élaborer et réaliser actions événementielles

Gérer la e-réputation et la communication de crise de l'entreprise

Concevoir et réaliser des sites web performants

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des COURS renvoyant au bloc de compétences.

Évaluations sommatives des compétences démontrées lors d'un travail de groupe sur différents projets : élaboration d'une stratégie de communication, planification et gestion d'un événement, d'une campagne publicitaire, création de site web,

RNCP34892BC03 — Réaliser et analyser les états différents états financiers d'entreprises

LISTE DE COMPÉTENCES

Comprendre et exploiter les états financiers, les ratios de la finance d'entreprise,

Réaliser l'analyse financière globale d'une entreprise et son évaluation

Appréhender les enjeux de la finance éthique

Élaborer un business plan précis et le commenter

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des COURS renvoyant au bloc de compétences.

Par des mises en situation professionnelle doit l'apprenant doit exploiter les dispositifs comptables et analytiques et les outils financiers indispensables au management de l'entreprise (contrôle de gestion, investissement, optimisation de la trésorerie...).

Il doit être en mesure d'évaluer les performances d'une entreprise et d'élaborer des stratégies financière

RNCP34892BC04 — Manager un projet de transformation numérique

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir et mettre en œuvre un projet entrepreneurial.

Pratiquer couramment l'anglais des affaires, à l'écrit et à l'oral.

Intégrer les enjeux de la RSE et de l'économie sociale et solidaire, de la transformation numérique des entreprises, des nouveaux modes de consommation, conduisant à l'émergence de nouveaux modèles d'affaires.

Maîtriser les outils et techniques du management des ressources humaines,

Comprendre le système d'information de l'entreprise et ses évolutions piloter un projet numérique et identifier ses impacts sur l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'un projet « Business Venture » l'apprenant démontre sa capacité à créer et piloter une entreprise.

Évaluation individuelle sommative en contrôle continue en anglais en utilisant un logiciel d'e-learning.

Sur un ensemble de COURS et de Séminaires (BeMySelf, Économie Sociale et Solidaire, Voyage au centre des Métiers etc.) l'apprenant doit démontrer sa capacité à mobiliser ses connaissances dans un contexte complexe.

RNCP34892BC05 — Contrôler la performance économique en environnement B:B

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier des opportunités d'affaires à l'international, comprendre la stratégie et les attentes des clients afin d'élaborer une réponse adaptée et attractive.

Comprendre la place de l'événementiel dans une stratégie de communication et formuler des propositions d'événements en cohérence avec l'image et le but du commanditaire.

Participer de façon autonome à l'organisation d'un événement interne, aux différents stades opérationnels de son déroulement.

Maîtriser les connaissances fondamentales, appliquées au secteur international du luxe dans un contexte international, notamment dans les domaines suivants : marketing, développement produits, distribution, communication, et gestion.

Apprécier les caractéristiques, communes et spécifiques aux principaux secteurs du Luxe et percevoir les « codes » de ce secteur d'activités.

Piloter l'écosystème digital de l'entreprise, comprendre et analyser les comportements des internautes, créer et gérer des sites web performants et maîtriser la distribution omnicanal.

Développer une stratégie de marque sur le web et manager des projets numériques de développement.

Maîtriser les outils, techniques et méthodes spécifiques au Marketing BtoB et mettre en œuvre une stratégie BtoB dans un contexte mondialisé.

Maîtriser les outils financiers pour définir des politiques financières, réaliser l'audit financier et l'évaluation d'une entreprise dans différents contextes (création/reprise/cession d'entreprise, rupture stratégique), assurer le contrôle de gestion ainsi que le pilotage des flux financiers.

Appréhender les effets de la mondialisation des achats, formaliser une stratégie d'achat en intégrant la dimension responsabilité sociale de l'entreprise.

Connaître la chaîne logistique, l'analyse de la valeur, l'analyse du risque, les techniques de négociation fournisseurs, le sourcing et le cadre juridique de la fonction achats.

Piloter un projet intégrant la dimension système d'information et gestion de la data.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A travers un contrôle des connaissances et un ensemble de mises en situation professionnelles (Etudes de cas, business game, simulations etc.) l'apprenant doit démontrer son expertise et sa maîtrise des compétences spécifiques à sa spécialisation :

- Marketing BtoB
- Marketing Opérationnel et Digital,
- Management Événementiel et Communication,
- Marketing du Luxe,

- Management des Achats,
- Finance et Développement de l'Entreprise,
- International Business Negotiation.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire du diplôme travaille en entreprise, en agence ou en cabinet de conseil principalement dans les secteurs du management, commercial, marketing et communication.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Au sein des marques : chef de produit, responsable marketing stratégique, opérationnel ou digital, responsable commercial, responsable communication, responsable marché, marketer direct BtoB, web marketer BtoB, responsable marketing opérationnel, area manager, responsable distribution et prescription, responsable grands comptes, responsable achats, responsable produit, responsable communication produits ou corporate.

En entreprise, agence ou institution : brand content, sponsoring, événementiel, chargé de communication, chargé de webmarketing, responsable de marque, infographiste, responsable e-boutique, gestionnaire de sites web, community manager, consultant/expert en référencement SEO/SEA et SMO, consultant e-business, planning stratégist, corporate identity, expérience utilisateur, communication expérientielle, ambient designer, responsable « sourcing » et « procurement » internationaux, responsable achats, supply chain manager, responsable production-méthodes, responsable amélioration continue-Lean, etc.

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)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 813 €
Familles professionnelles (FAP)	L2X61 — Agents administratifs · tension 1/5 (Très faible) L4X81 — Techniciens et agents de maîtrise des services financiers ou comptables · tension 5/5 (Très élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	48 143
Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	8 %
Familles professionnelles (FAP)	L2X61 — Agents administratifs L4X81 — Techniciens et agents de maîtrise des services financiers ou comptables L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Représentants du ministère et du rectorat

+ 50% représentant de l'organisme et 50% représentant professionnel

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	9 840 €
Selon la branche	6 500 € – 11 500 €
Prise en charge	Branches concernées
9 840 €	Valeur par défaut · 181 branches
11 500 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE des Télécoms, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNE du négoce et de l'industrie des produits du sol, engrais et produits connexes, CPNE industries alimentaires diverses
9 855 €	CPNE Travail Temporaire, CPNEF de la Branche des organismes de formation, CPNEFP des commerces de gros
8 668 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
8 500 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
10 135 €	CPNEFP Import-Export
10 000 €	CPNE de l'immobilier
9 800 €	CPNE Banque
9 600 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
9 300 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
9 279 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
9 000 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
8 900 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
8 700 €	CPNEFP des jardineries et graineteries
8 600 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 583 €	CPNEFP Commerce à distance
8 118 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
8 000 €	CPNE chimie
7 700 €	CPNE des agents généraux d'assurance
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie
6 500 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/08/2023

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	223	43	97 %	—
2018	248	32	93 %	—
2017	205	24	96 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP30490

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP38092

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://istec.fr/programmes/programme-grande-ecole-bac-a-bac5/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34892/>