

Responsable Commercial et Marketing

RNCP34977 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34056
Code(s) ROME	D1509, D1402, D1406, H1102, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	14/10/2020
Date d'échéance	14/10/2022

Certificateur(s)

ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION · SIRET : 33037752400047

Partenaires habilités

17 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 17 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASSOCIATION IMC ALTERNANCE	48430660000020	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700015	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700023	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700056	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700114	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700122	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700171	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700189	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700197	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700205	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 17 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp34977-responsable-commercial-et-marketing/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le management opérationnel regroupe l'ensemble des décisions prises par les managers pour la gestion courante d'une entreprise, d'un service ou d'un magasin. Au cours de ces dernières années, son rôle s'est avéré tout à fait essentiel à la bonne mise en œuvre des stratégies d'entreprise et le relais managérial de proximité indispensable pour les collaborateurs. Être un responsable commercial et marketing compétent, dans les environnements de travail actuels et avec des physionomies d'équipes sociologiquement très diverses et multigénérationnelles (X, Y et Z), repose sur la mise en œuvre de principes communs d'actions visant à assurer l'encadrement et le fonctionnement

optimal d'une ou plusieurs équipes en garantissant l'atteinte des objectifs marketing et commerciaux opérationnels. Personne clé de la performance organisationnelle comme de l'ambiance générale et de la réputation employeur, le rôle du middle-manager s'articule sur deux axes, le pilotage de l'activité commerciale et marketing mobilisant des qualités et des compétences techniques et le pilotage de collaborateurs.

ACTIVITÉS VISÉES

Le responsable commercial et marketing doit savoir clairement poser le cadre de fonctionnement de son équipe : il s'agit pour lui de communiquer sur les règles qui vont être établies, de fixer des objectifs (qualitatifs et quantitatifs) et de planifier les tâches de façon pertinente. Instaurer une dynamique est essentiel pour motiver les équipes, les inciter à avoir de l'ambition et les engager dans des projets clairs, structurés en processus clairement décrits et porteurs de sens.

Cette approche managériale lui permet également d'intégrer au mieux les nouveaux collaborateurs, de favoriser la délégation, de gérer et d'élever le niveau de compétences globale de l'équipe en développant l'autonomie de chaque collaborateur, en fonction du rythme de chacun et du besoin des projets commerciaux et marketing.

Le « Responsable Commercial et Marketing » exerce les activités principales suivantes :

- Elaboration de la stratégie opérationnelle de son unité
- Déclinaison et mise en œuvre de la politique marketing
- Pilotage et développement des projets d'affaires
- Contrôle du développement commercial et financier de l'activité
- Encadrement des équipes commerciales et marketing en lien avec le service RH
- Pilotage managérial des équipes opérationnelles commerciales et marketing
- Participation aux groupes projets d'optimisation, d'innovation et de développement d'affaires en mode agile

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Bloc 1- Elaboration de la stratégie opérationnelle de l'unité

- Conduire une veille concurrentielle afin de disposer d'une analyse diagnostic comparée de l'entreprise
- Cartographier les parties prenantes internes et externes afin d'identifier leur influence directe ou indirecte sur l'activité de son unité

- Analyser le modèle économique de l'activité et

de sa proposition de valeur au regard des objectifs commerciaux et des cibles marketing visées

- Etablir un diagnostic complet des forces/faiblesses – Opportunités/menaces permettant d'anticiper les évolutions et de mettre en place un plan de développement commercial et marketing efficient
- Définir les objectifs (coûts et revenus), les budgets prévisionnel et d'investissements ainsi que les indicateurs de performance associés en intégrant les spécificités des processus métiers de l'activité et les orientations fixées par la direction générale
- Présenter et soumettre son plan de stratégie opérationnelle pour validation en négociant les arbitrages à réaliser dans l'affectation des ressources budgétaires

BLOC 2 –Déclinaison et mise en œuvre de la politique marketing

- Elaborer et mettre en œuvre un plan de marketing physique et digital opérationnel traduits en objectifs qualifiés et quantifiés par produit, marché, canal de distribution
- Mettre en place les indicateurs marketing permettant de piloter l'évolution du positionnement marketing et l'efficacité du plan
- Développer la notoriété et la réputation (et e-réputation)

de la marque sur les réseaux sociaux et de distribution en intégrant l'omnicanalité et les spécificités du parcours client

- Détecter et comprendre l'évolution des attentes afin de négocier et proposer des solutions client à plus forte valeur-ajoutée

BLOC 3 – Pilotage du développement commercial et des projets d'affaire- Concevoir un Plan d'Activité Commerciale permettant d'atteindre les objectifs de vente et de revenus.

- Structurer le service commercial et marketing et organiser la répartition des tâches afin d'optimiser les compétences individuelles et collectives et atteindre les objectifs d'efficacité opérationnelle fixés
- Coopérer avec le réseau de partenaires internes et externes ainsi que les prestataires de services afin de

développer les champs d'expertise et l'image de l'entreprise (Implication RSE, transition écologique, transformation digitale, coopération internationale,

partenariats, adhésion associations professionnelles,)

- Prospector et organiser le développement ciblé du portefeuille commercial en tenant compte du parcours et de l'expérience client digitale et omnicanal. (Avant-vente /Pre-sales)

- Développer l'activité commerciale en s'impliquant dans

les projets clients et de transformation digitale afin de contribuer

personnellement à la réalisation des objectifs commerciaux et marketing, en

rencontrant les prospects, en qualifiant les besoins et en présentant

l'entreprise et son offre.

- Construire une proposition commerciale chiffrée complète correspondant aux besoins du client, recueillir l'avis client et ajuster

l'offre si besoin.

- Mener les

négociations de vente sur tous leurs aspects (tarifaires, légaux -

clauses et conditions des contrats - conditions de livraisons et toutes conditions particulières propres au secteur) et concrétiser la vente.

- Elaborer et mettre en œuvre un tableau de bord de pilotage de la performance afin de disposer des indicateurs et d'une visualisation synthétique des chiffres et de marges opérationnelles de l'activité

commerciale et marketing

- Interpréter et contrôler les indicateurs financiers et de gestion afin de les intégrer dans les décisions opérationnelles et les choix

de gestion

BLOC

4 – Management opérationnel d'équipes commerciales et marketing

- Analyser le fonctionnement de l'équipe et accompagner

individuellement les collaborateurs afin d'optimiser la qualité des relations

internes, la cohésion et d'impulser une dynamique d'équipe

- Gérer les effectifs et déployer les compétences de ses

collaborateurs en lien avec les services RH afin de soutenir le développement

de l'activité (Entretiens de recrutements, d'évaluation, de positionnement,

d'évolution...)

- Structurer son management et animer une équipe en réseau en utilisant les nouvelles technologies afin d'optimiser le temps et la productivité de l'équipe

- Développer son professionnalisme et la qualité de sa relation aux autres afin de communiquer positivement sur les réseaux professionnels et d'affaires.

- Piloter au quotidien les objectifs individuels et collectifs de l'activité de son équipe afin de réévaluer la performance opérationnelle au regard des moyens et proposer des plans d'optimisation

- Contrôler la performance de l'équipe par l'amélioration continue afin de maintenir une qualité de service optimum

BLOC 5 –Contribution à

l'innovation commerciale et marketing en mode agile

- Proposer

de nouvelles pistes de développement commerciales et marketing créatives et originales (relationnelles, événementielles, partenariales...)

- Mettre en œuvre et piloter une méthode de gestion de projet d'affaires agile,

optimisant le travail collaboratif, la circulation de l'information interne

et la signature des affaires

- Contribuer

en tant que personne ressource à des projets d'optimisation de l'organisation des activités

(Innovation de procédés, d'outils, extension de gamme, déploiement

commercial, développement international, ...) ou à des missions transverses

(RSE, transformation digitale, nouveaux plans ou reconfigurations stratégiques)

- Présenter et

défendre les projets de développement d'affaires auprès de la gouvernance en communiquant avec assertivité sur les besoins de l'activité et du service.

Blocs de compétences

RNCP34977BC01 — Elaboration de la stratégie opérationnelle de son unité

LISTE DE COMPÉTENCES

C1.1-Conduire

une veille concurrentielle afin de disposer d'une analyse diagnostic comparée de l'entreprise

C1.2- Cartographier les parties prenantes internes et externes afin d'identifier leur influence directe ou indirecte sur l'activité de son unité

C1.3- Analyser le modèle économique de l'activité et de sa proposition de valeur au regard des objectifs commerciaux et des cibles marketing visées

C1.4- Etablir un diagnostic complet des forces/faiblesses – Opportunités/menaces permettant d'anticiper les évolutions et de mettre en place un plan de développement commercial et marketing efficient

C1.5- Définir les objectifs (coûts et revenus), les budgets prévisionnel et d'investissements ainsi que les indicateurs de performance associés en intégrant les spécificités des processus métiers de l'activité et les orientations fixées par la direction générale

C1.6-Présenter et soumettre son plan de stratégie opérationnelle pour validation en négociant les arbitrages à réaliser dans l'affectation des ressources budgétaires

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelles simulées- Production individuelle d'un dossier d'élaboration d'un plan de stratégie opérationnelle dans le cadre d'une entreprise existante ou en cours de création, de tous secteurs et toutes tailles.

Proposée à l'initiative de l'intervenant en temps limité

Présentation orale de 30 mn devant un jury de 2 personnes (Un intervenant du bloc et un professionnel)

La validation du bloc se matérialise par la remise d'un certificat

RNCP34977BC02 — Déclinaison et mise en œuvre de la politique marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

C2.1-Elaborer et mettre en œuvre un plan de marketing physique et digital opérationnel traduits en objectifs qualifiés et quantifiés par produit, marché, canal de distribution

C2.2- Mettre en place les indicateurs marketing permettant de piloter l'évolution du positionnement marketing et l'efficacité du plan

C2.3-Développer la notoriété et la réputation (et e-réputation) de la marque sur les réseaux sociaux et de distribution en intégrant l'omnicanalité et les spécificités du parcours client

C2.4-Détecter et comprendre l'évolution des attentes afin de négocier et proposer des solutions client à plus forte valeur-ajoutée

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée

- Etude de cas pratique en groupe de 2 à 3 personnes, concernant la conception de la politique marketing d'une gamme de produits ou de services existante ou en création, associée aux critères de performance opérationnels.

Proposée à l'initiative de l'intervenant.

Dossier à présenter oralement à deux intervenants, un intervenant du bloc et un professionnel, d'une durée 30 minutes – Epreuve en temps limité

La validation du bloc se matérialise par la remise d'un certificat

RNCP34977BC03 — Pilotage du développement commercial et des projets d'affaires

LISTE DE COMPÉTENCES

C3.1 - Concevoir un Plan d'Activité Commerciale permettant d'atteindre les objectifs de vente et de revenus.

C3.2 - Structurer le service commercial et marketing et organiser la répartition des tâches afin d'optimiser les compétences individuelles et collectives et atteindre les objectifs d'efficacité opérationnelle fixés

C3.3 - Coopérer avec le réseau de partenaires internes et externes ainsi que les prestataires de services afin de développer les champs d'expertise et l'image de l'entreprise (Implication RSE, transition écologique, transformation digitale, coopération internationale, partenariats, adhésion associations professionnelles,)

C

3.4 - Prospector et organiser le développement ciblé du portefeuille commercial en tenant compte du parcours et de l'expérience client digitale et omnicanal. (Avant-vente /Pre-sales)

C3.5 - Développer l'activité commerciale en s'impliquant dans les projets clients et de transformation digitale afin de contribuer personnellement à la réalisation des objectifs commerciaux et marketing, en rencontrant les prospects, en qualifiant les besoins et en présentant l'entreprise et son offre.

C3.6- Construire une proposition commerciale chiffrée complète correspondant aux besoins du client, recueillir l'avis client et ajuster l'offre si besoin.

C3.7-Mener les négociations de vente sur tous leurs aspects (tarifaires, légaux - clauses et conditions des contrats - conditions de livraisons et toutes conditions particulières propres au secteur) et concrétiser la vente.

C3.8 -Elaborer et mettre en œuvre un tableau de bord de pilotage de la performance afin de disposer des indicateurs et d'une visualisation synthétique des chiffres et de marges opérationnelles de l'activité commerciale et marketing

C3.9- Interpréter et contrôler les indicateurs financiers et de gestion afin de les intégrer dans les décisions opérationnelles et les choix de gestion

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation

professionnelle simulée

C3.1 à

C 3.5 - Dossier

de groupe 3- 4 personnes, de pilotage du service commercial et de management des projets d'affaires (de pre-sales à service après-vente) démontrant l'efficacité opérationnelle des moyens mis en œuvre.

Présentation

orale du dossier de pilotage opérationnel à l'aide de tous supports techniques d'une durée de 1h devant un jury composé de 2 personnes, un intervenant du bloc et un professionnel.

Jeu

de rôle individuel animé par l'intervenant en temps limité

Simulations :

Négociation entre un manager opérationnel commercial et marketing et la direction d'un grand compte client.

Etude de

cas pratique

C3.8-C3.9-Etude de cas individuelle de

mise en situation reconstituée, proposée à l'initiative de l'intervenant en temps limité d'élaboration et mise en place d'un tableau de bord permettant de produire des analyses de gestion et de résultats intégrables dans les prises de décisions commerciales tactiques et stratégiques
Cas soutenu devant un jury de deux personnes (Un intervenant du bloc et un professionnel).

La validation du bloc se matérialise par la remise d'un certificat

RNCP34977BC04 — Management opérationnel d'équipes commerciales et marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

C4.1- Analyser le fonctionnement de l'équipe et accompagner individuellement les collaborateurs afin d'optimiser la qualité des relations

internes, la cohésion et d'impulser une dynamique d'équipe

C4.2- Gérer les effectifs et déployer les compétences de ses collaborateurs en lien avec les services RH afin de soutenir le développement

de l'activité (Entretiens de recrutements, d'évaluation, de positionnement, d'évolution...)

C4.3- Structurer son management et animer une équipe en réseau en utilisant les nouvelles technologies afin d'optimiser le temps et la productivité de l'équipe

C4.4-Développer son professionnalisme et la qualité de sa relation aux autres afin de communiquer positivement sur les réseaux professionnels et d'affaires.

C4.5- Piloter au quotidien les objectifs individuels et collectifs de l'activité de son équipe afin de réévaluer la performance opérationnelle au regard des moyens et proposer des plans d'optimisation

C4.6- Contrôler la performance de l'équipe par l'amélioration continue afin de maintenir une qualité de service optimum

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée

C4.1 à C4.6- Etude de cas pratique de groupe de 3-4 personnes, d'encadrement d'équipes commerciales et marketing dans un objectif de productivité et de qualité de vie au travail

Etude de ce cas de mise en situation reconstituée, proposée à l'initiative de l'intervenant en temps limité.

Cas pratique soutenu devant un jury de deux personnes. Soutenance d'une durée de 30 mn devant un intervenant du bloc et un professionnel

La validation du bloc se matérialise par la remise d'un certificat

RNCP34977BC05 — Contribution à l'innovation commerciale et marketing en mode agile

LISTE DE COMPÉTENCES

C5.1-Proposer

de nouvelles pistes de développement commerciales et marketing créatives et originales (relationnelles, événementielles, partenariales...)

C5.2-

Mettre en œuvre et piloter une méthode de gestion de projet d'affaires agile, optimisant le travail collaboratif, la circulation de l'information interne et la signature des affaires

C5.3-Contribuer

en tant que personne ressource à des projets d'optimisation de l'organisation des activités

(Innovation de procédés, d'outils, extension de gamme, déploiement commercial, développement international, ...) ou à des missions transverses (RSE, transformation digitale, nouveaux plans ou reconfigurations stratégiques)

C5.4-Présenter et

défendre les projets de développement d'affaires auprès de la gouvernance en communiquant avec assertivité sur les besoins de l'activité et du service.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée

C5.1-C5.3- Dossier individuel d'analyse des performances commerciales et marketing atteintes, d'innovation en mode agile et d'identification de nouveaux axes de développement.

Proposé par le candidat dans l'entreprise de son choix Travail effectué en temps limité.

Soutenu oralement devant un jury de 2 personnes (Cf C5.4)

C5.4-Présentation orale du dossier de développement commercial et de la performance du service commercial et marketing d'une durée de 10 mn devant un jury de 4 à 6 personnes

(Un intervenant du bloc et un professionnel)

Simulations Mise en application des différentes formes de communication du responsable de management opérationnel commerciale et marketing

La validation du bloc se matérialise par la remise d'un certificat

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs d'activité sont concernés et l'évolution du poids des différents secteurs se fait en fonction de l'évolution économique générale et de leur anticipation aux différentes étapes de la négociation commerciale :

- Secteurs de la production de biens ou de services à destination des entreprises (B2B), ou de la distribution du commerce ou du e-commerce(agro-alimentaire, biens de consommations durables et semi-durable)
- Secteurs des biens et services de grande consommation (grande distribution, banque, téléphonie mobile).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé d'affaires, - Attaché commercial /Conseiller commercial,
- Responsable commercial – et marketing/ de secteur/clients/de comptes
- Responsable de filiale/d'agence/ - Responsable du développement/chargé d'études et autres responsabilités fonctionnelles - Chef de secteur/ de produits/ de projets
- Manager commercial/ de projets/ général/métier
- Manager d'unité et d'agence commerciale,
- Chargé d'études, responsable du développement

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Néant

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 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 956 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) 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) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	41 834

Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	3 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X91 — Technico-commerciaux R4X92 — Cadres du management des magasins

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Les prérequis pour accéder au dispositif de formation sont les suivants :

La durée totale du dispositif de formation est de 3 ans pour une entrée en première année, de 2 ans pour une entrée en deuxième année et d'1 an pour une entrée en troisième année.

Certifications admises ou nécessaires avant l'admission dans l'une des 3 années du cycle:

- Soit être titulaire du Baccalauréat (Diplôme de niveau 4 quelle que soit la filière)
- Soit être titulaire du Baccalauréat suivi d'une année d'études supérieure validée (bac +1)
- Soit être titulaire d'un diplôme de niveau 5 en communication/marketing
- Soit être titulaire au minimum d'un diplôme d'Etat niveau 5 (enseignement technique ou universitaire) ou avoir validé au moins deux années de formation dans le cadre de diplômes ou titres reconnus par l'Etat (120 crédits d'enseignement minimum) en Communication-marketing
- Soit être titulaire d'un diplôme de niveau 6 dans un autre domaine que celui du commerce et marketing avec présentation d'un dossier de travaux et expériences professionnelles permettant d'évaluer le niveau du candidat.

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

Le jury hors VAE est composé de 5 personnes. Le président du jury est un représentant du monde professionnel, Responsable/ Directeur.trice commerciale ou marketing dont la compétence est reconnue.

60% des membres du jury sont des professionnels qualifiés extérieurs à l'autorité délivrant la certification

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury hors VAE est composé de 5 personnes. Le président du jury est un représentant de l'AIPF, 60% des membres du jury sont des professionnels qualifiés extérieurs à l'autorité délivrant la certification, Responsable/ Directeur.trice commerciale ou marketing dont la compétence est reconnue.

50% des membres du jury sont des représentants des salariés, 50% des membres sont représentants des employeurs, en veillant à la parité hommes/femmes.

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	8 600 €
Selon la branche	4 779 € – 8 802 €
Prise en charge	Branches concernées
8 600 €	Valeur par défaut · 183 branches
8 802 €	CPNE Branche ITV, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms, CPNEF de la Publicité, CPNEFP Import-Export

8 800 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP Transformation Laitière, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
6 500 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 604 €	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 de l'immobilier
8 400 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 370 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 363 €	CPNEFP des commerces de gros
7 927 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 702 €	CPNEFP Commerce à distance
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc
6 800 €	CPNE Banque
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie
4 779 €	CPNEFP de l'industrie cimentière

Base légale

Date de décision	14/10/2020
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	14/10/2022

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	182	1	71 %	88 %
2017	180	2	69 %	85 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP27364

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP38505

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34977/>