

Diplôme Supérieur en Marketing, Commerce et Gestion

RNCP35574 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310m
Formacode(s)	32054
Code(s) ROME	D1402, M1703, M1704, M1705, M1204
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2025

Certificateur(s)

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

EGC CENTRE EST · SIRET : 88102752800010

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'EGC Centre Est a pour finalité, en conformité avec la charte qualité du réseau EGC, la certification des cadres et collaborateurs répondant aux besoins des entreprises, notamment territoriales. Ces managers intermédiaires jouent un rôle pivot dans l'entreprise entre le niveau stratégique et les relais opérationnels sur le terrain. Ces collaborateurs certifiés à l'EGC sont adaptables et évolutifs dans les différents domaines qui composent l'entreprise, afin d'exercer ensuite des fonctions liées au management commercial, l'administration-gestion, l'achat-logistique-distribution, la banque-assurance, le marketing, l'international et la direction. Les finalités du programme sont en conformité avec le projet stratégique de l'EGC Centre Est, reflétant son ambition d'excellence en matière de qualité des contenus et d'accompagnement des étudiants vers l'employabilité. En effet comme le montre les diplômés évoluent principalement dans des entreprises de type PME, situées sur les territoires de l'EGC Centre Est (Auvergne-Rhône-Alpes et Bourgogne-Franche-Comté), et dans des domaines d'activité très variés (industrie et services).

La demande croissante des entreprises en matière d'intégration de futurs ou jeunes diplômés, nous a amené à proposer ce cursus en apprentissage à partir de la 3ème année afin de favoriser l'intégration dans le monde professionnel.

Les compétences multiples proposées au sein de cette certification répondent aux besoins des entreprises des territoires très largement composés de TPE et PME industrielles, commerciales ou de services, à savoir des capacités d'innovation afin de renouveler les concepts, de développer des offensives commerciales multiformes, de proposer des réponses individualisées et des offres plus personnalisées et adaptées au profil de la clientèle.

ACTIVITÉS VISÉES

Bloc 1 - Contribuer à définir la stratégie marketing
et assurer sa mise en œuvre

Dans le

respect des orientations générales de l'entreprise et en lien avec les services concernés, apporter sa contribution à la stratégie marketing par la mobilisation des méthodes et des outils du marketing.

Principales activités : - L'analyse

du positionnement d'une offre sur le marché - L'identification

des réseaux, canaux et circuits de distribution - L'élaboration,

la mise en œuvre et l'évaluation d'un plan de communication intégrant le digital - La

promotion de l'offre de l'entreprise en France et à l'étranger

Bloc 2 - Participer à la politique commerciale et commercialiser l'offre de l'entreprise

A partir des objectifs à atteindre fixés par la direction, de la politique tarifaire de l'entreprise, de la réglementation et des moyens à sa disposition, mener les actions commerciales les plus pertinents pour maximiser les potentiels de sa zone/ produit. Principales activités : - L'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation d'un plan d'actions commerciales. - La négociation commerciale, sur un marché français ou à l'étranger. - La gestion d'un portefeuille clients, la fidélisation et la prospection.

Bloc 3 - Maîtriser les fondements de la gestion budgétaire et de l'analyse financière

Estimer la solidité financière d'une entreprise à partir de l'analyse de ses principaux indicateurs, et assurer la gestion d'une unité et le suivi de la performance attendue.

Principales activités : - L'analyse de documents comptables et financiers d'une entreprise - La mise en œuvre et le renseignement d'indicateurs de gestion - L'élaboration d'un budget, son suivi et son évaluation

Bloc 4 - Manager un projet, une activité, une équipe

Dans un contexte hiérarchique ou non, organiser le travail d'une équipe et le planning en définissant les priorités et les actions à conduire, collaborer avec les services concernés (RH...) et effectuer des comptes rendus auprès de sa hiérarchie.

Principales activités : - Le pilotage de projet - La constitution et le management d'une équipe au quotidien - L'évaluation des résultats individuels et collectifs

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Bloc 1 - Contribuer à définir la stratégie marketing et assurer sa mise en œuvre

- Identifier les sources d'information nationale comme internationale et les données stratégiques (marché, secteur d'activité) · Réaliser une analyse de segment de clientèle et de gamme de produits pour identifier le positionnement de l'offre de l'entreprise, ses atouts et des faiblesses · Identifier les cibles marketing et proposer une stratégie adaptée aux cibles · En vue de la distribution de l'offre produits / services, définir les critères de sélection des partenaires potentiels (réseau de distribution traditionnels et e-business) · Négocier et mettre en place les modalités de partenariats (en français et/ou dans une langue étrangère) en accord avec la direction · Utiliser les méthodes et concevoir des outils d'animation, de communication et de promotion

- Évaluer les investissements et les objectifs d'un plan de communication · Effectuer son suivi analytique et qualitatif · Mixer les différents leviers du web marketing pour optimiser les contenus · Activer les leviers web marketing, réseaux sociaux, Mobiles / tactiles...

- Mesurer l'apport du digital dans la stratégie marketing · Assurer la présentation d'une stratégie marketing définie, sa cohérence et sa performance attendue · Identifier les événements, les réseaux susceptibles d'être actionnés et la capacité de prise de décision de ses interlocuteurs Utiliser les outils et les supports de communication adaptés au contexte (cible, objectif...) pour promouvoir l'offre de l'entreprise en France et à l'international .

Bloc 2 - Participer à la politique commerciale et commercialiser l'offre de l'entreprise

- Définir et quantifier des objectifs opérationnels d'un plan d'actions commerciales · Elaborer un mix d'actions commerciales à mettre en œuvre · Organiser les opérations à mener, les prioriser, les planifier, les budgétiser · Elaborer et mettre en place les tableaux de bord permettant de rendre compte des résultats d'activité · Analyser les résultats, identifier les écarts et en déduire des axes de progrès · Communiquer le plan d'actions commerciales en interne/externe · Préparer une négociation commerciale : identifier et analyser les besoins du client, le marché étranger si besoin et les risques inhérents à l'import export,

- Elaborer une proposition commerciale

- Mener une négociation commerciale en français ou dans un contexte pluriculturel

- Conclure la vente en respectant la réglementation et la politique tarifaire de l'entreprise · Elaborer des documents commerciaux (réponses à cahier des charges, contrats, facture) comportant un volet juridique et intégrant la couverture des risques. · Expertiser un portefeuille, repérer ses grands comptes et identifier ses prospects · Concevoir un programme mix de fidélisation et de prospection, ainsi que les modalités de son suivi ; Evaluer la pertinence des programmes mis en œuvre dont la mesure de la satisfaction client et la relation après-vente.

Bloc 3 - Maîtriser les fondements de la gestion budgétaire et de l'analyse financière

- S'approprier les tableaux permettant l'analyse financière d'une entreprise, calculer les ratios-clés de mesure de sa performance, établir des états prévisionnels pour valider la faisabilité des projets présentés · Exploiter les données de

la comptabilité générale de l'entreprise, d'une entité... ; · Analyser les charges (directes, indirectes, variables, fixes...) de l'entreprise, entité, unité... ; · Intégrer les contraintes fiscales, juridiques et comptables applicables à l'entreprise pour mettre en place des indicateurs de contrôle de la performance · Déployer les procédures de collecte des données, accompagner et contrôler leur application auprès des parties prenantes · Proposer/développer/adapter le système de calculs des coûts le plus pertinent pour l'entreprise · Mener une étude sur les coûts constatés, intégrant l'analyse du fonctionnement de l'entreprise en termes de métiers, tâches, centres d'analyse · Elaborer des rapports et rédiger des préconisations pour la mise en œuvre d'actions correctives · Etablir le budget de son entité, suivre son application et analyser les écarts Réaliser le reporting ascendant et descendant.

Bloc 4 - Manager un projet, une activité, une équipe

- Comprendre le fonctionnement managérial d'une entreprise et son positionnement
- Organiser les grandes étapes du projet : avant-projet, définition, pilotage, capitalisation · Etablir un phasage (planification des étapes) · Bâtir un business plan pour une analyse de faisabilité · Contrôler l'avancement et gérer les risques · Communiquer dans le cadre et autour du projet. · Prendre en compte l'environnement juridique du travail pour collaborer avec le service des ressources humaines (dans les phases de recrutement d'un collaborateur, d'évaluation, pendant le parcours professionnel...) · Identifier les besoins en compétences et participer à la constitution de son équipe · Déterminer les critères d'évaluation de la performance applicable à une équipe, mesurer la contribution individuelle · Communiquer dans le cadre et autour du projet/ entité pour susciter l'adhésion et développer son réseau professionnel · Organiser le travail de l'équipe (rappel des objectifs, définition et répartition des actions et des tâches...) · Faire circuler l'information (planning, ordre du jour, compte rendu...) · Utiliser les outils de travail collaboratifs adaptés au présentiel et au non présentiel · Conduire des réunions et susciter l'adhésion et la motivation de son équipe Développer son réseau professionnel en communiquant avec les interlocuteurs de son entité et en externe.

Blocs de compétences

RNCP35574BC01 — Contribuer à définir la stratégie marketing et assurer sa mise en œuvre

LISTE DE COMPÉTENCES

Dans le respect des orientations générales de l'entreprise et en lien avec les services concernés, apporter sa contribution à la stratégie marketing par la mobilisation des méthodes et des outils du marketing.

- Identifier les sources d'information nationale comme internationale et les données stratégiques (marché, secteur d'activité)
- Réaliser une analyse de segment de clientèle et de gamme de produits pour identifier le positionnement de l'offre de l'entreprise, ses atouts et des faiblesses
- Identifier les cibles marketing et proposer une stratégie adaptée aux cibles
- En vue de la distribution de l'offre produits / services, définir les critères de sélection des partenaires potentiels (réseau de distribution traditionnels et e-business)
- Négocier et mettre en place les modalités de partenariats (en français et/ou dans une langue étrangère) en accord avec la direction
- Utiliser les méthodes et concevoir des outils d'animation, de communication et de promotion
- Évaluer les investissements et les objectifs d'un plan de communication
- Effectuer son suivi analytique et qualitatif.
- Mixer les différents leviers du web marketing pour optimiser les contenus
- Activer les leviers web marketing, réseaux sociaux, Mobiles / tactiles...
- Mesurer l'apport du digital dans la stratégie marketing
- Assurer la présentation d'une stratégie marketing définie, sa cohérence et sa performance attendue
- Identifier les événements, les réseaux susceptibles d'être actionnés et la capacité de prise de décision de ses interlocuteurs

Utiliser les outils et les supports de communication adaptés au contexte (cible, objectif...) pour promouvoir l'offre de l'entreprise en France et à l'international

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Réalisation d'un dossier "Audit Marketing" comportant deux parties : - une analyse concurrentielle et de positionnement - des propositions d'évolution commentées

Présentation et argumentation en français et/ou dans une langue étrangère, d'un plan de communication préalablement élaboré.

RNCP35574BC02 — Participer à la politique commerciale et commercialiser l'offre de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

A partir des objectifs à atteindre fixés par la direction, de la politique tarifaire de l'entreprise, de la réglementation et des moyens à sa disposition, mener les actions commerciales les plus pertinents pour maximiser les potentiels de sa zone/ produit.

- Définir et quantifier des objectifs opérationnels d'un plan d'actions commerciales
- Elaborer un mix d'actions commerciales à mettre en œuvre
- Organiser les opérations à mener, les prioriser, les planifier, les budgétiser
- Elaborer et mettre en place les tableaux de bord permettant de rendre compte des résultats d'activité
- Analyser les résultats, identifier les écarts et en déduire des axes de progrès
- Communiquer le plan d'actions commerciales en interne/externe
- Préparer une négociation commerciale : identifier et analyser les besoins du client, le marché étranger si besoin et les risques inhérents à l'import export,
- Elaborer une proposition commerciale
- Mener une négociation commerciale en français ou dans un contexte pluriculturel
- Conclure la vente en respectant la réglementation et la politique tarifaire de l'entreprise
- Elaborer des documents commerciaux (réponses à cahier des charges, contrats, facture) comportant un volet juridique et intégrant la couverture des risques.
- Expertiser un portefeuille, repérer ses grands comptes et identifier ses prospects
- Concevoir un programme mix de fidélisation et de prospection, ainsi que les modalités de son suivi ; Evaluer la pertinence des programmes mis en œuvre dont la mesure de la satisfaction client et la relation après-vente

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Elaborer un plan de développement commercial en France et/ou à l'international

Mener une négociation commerciale

RNCP35574BC03 — Maîtriser les fondements de la gestion budgétaire et de l'analyse financière

LISTE DE COMPÉTENCES

Estimer la solidité financière d'une entreprise à partir de l'analyse de ses principaux indicateurs, et assurer la gestion d'une unité et le suivi de la performance attendue.

- S'approprier les tableaux permettant l'analyse financière d'une entreprise, calculer les ratios-clés de mesure de sa performance, établir des états prévisionnels pour valider la faisabilité des projets présentés
- Exploiter les données de la comptabilité générale de l'entreprise, d'une entité... ;
- Analyser les charges (directes, indirectes, variables, fixes...) de l'entreprise, entité, unité... ;
- Intégrer les contraintes fiscales, juridiques et comptables applicables à l'entreprise pour mettre en place des indicateurs de contrôle de la performance
- Déployer les procédures de collecte des données, accompagner et contrôler leur application auprès des parties prenantes
- Proposer/développer/adapter le système de calculs des coûts le plus pertinent pour l'entreprise
- Mener une étude sur les coûts constatés, intégrant l'analyse du fonctionnement de l'entreprise en termes de métiers, tâches, centres d'analyse
- Elaborer des rapports et rédiger des préconisations pour la mise en œuvre d'actions correctives
- Etablir le budget de son entité, suivre son application et analyser les écarts

Réaliser le reporting ascendant et descendant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Calculer le coût réel d'un produit ou commenter la rentabilité d'une gamme de produit.

Réaliser une analyse budgétaire : élaborer une note de synthèse ou établir un budget prévisionnel.

Commenter la situation financière d'une entreprise.

RNCP35574BC04 — Manager un projet, une activité, une équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

Dans un contexte hiérarchique ou non, organiser le travail d'une équipe et le planning en définissant les priorités et les actions à conduire, collaborer avec les services concernés (RH...) et effectuer des comptes rendus auprès de sa hiérarchie.

- Comprendre le fonctionnement managérial d'une entreprise et son positionnement

- Organiser les grandes étapes du projet : avant-projet, définition, pilotage, capitalisation
 - Etablir un phasage (planification des étapes)
 - Bâtir un business plan pour une analyse de faisabilité
 - Contrôler l'avancement et gérer les risques
 - Communiquer dans le cadre et autour du projet.
 - Prendre en compte l'environnement juridique du travail pour collaborer avec le service des ressources humaines (dans les phases de recrutement d'un collaborateur, d'évaluation, pendant le parcours professionnel...)
 - Identifier les besoins en compétences et participer à la constitution de son équipe
 - Déterminer les critères d'évaluation de la performance applicable à une équipe, mesurer la contribution individuelle
 - Communiquer dans le cadre et autour du projet/ entité pour susciter l'adhésion et développer son réseau professionnel
 - Organiser le travail de l'équipe (rappel des objectifs, définition et répartition des actions et des tâches...)
 - Faire circuler l'information (planning, ordre du jour, compte rendu...)
 - Utiliser les outils de travail collaboratifs adaptés au présentiel et au non présentiel
 - Conduire des réunions et susciter l'adhésion et la motivation de son équipe
- Développer son réseau professionnel en communiquant avec les interlocuteurs de son entité et en externe.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présenter un projet action réellement mis en œuvre au cours de la certification avec un dossier de synthèse.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Pour 81% des derniers diplômés de l'EGC Centrest en 2020, entrés dans la vie active ou en alternance dans le cadre d'une poursuite d'études, on observe une majorité d'entreprises régionales (Auvergne-Rhône-Alpes et Bourgogne-Franche-Comté), dont 62% sont des entreprises implantées dans le même département que le campus d'origine, confirmant ainsi l'ancrage territoriale de l'EGC Centrest. Les secteurs d'activités concernés sont variés : banque (14%), agro-alimentaire (26%), mais aussi dans différents secteurs industriels (mécanique, plasturgie, aéronautique, énergie) ou encore logistique.

Les diplômés ont intégré pour moitié de grands groupes à dimension internationale, et pour moitié des PME locales.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Fonction commerciale B to B et management d'équipes

Chargé de communication

Responsable marketing

Responsable marketing digital

Création d'entreprise

Auditeur financier

Chargé de recrutement

Chef d'équipe Logistique

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

NC

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)	Élevée (4/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 793 €

Familles professionnelles (FAP)	L1X60 — Employés de la comptabilité · tension 4/5 (Élevée) 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) 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	58 212
Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	L1X60 — Employés de la comptabilité L4X81 — Techniciens et agents de maîtrise des services financiers ou comptables L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) R1X68 — Employés des services commerciaux R2X80 — Attachés 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, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour les primo apprenants : cursus de 3 ans après le baccalauréat et validation de 120 crédits ECTS à l'issue du niveau bac+2

Pour les salariés : expérience professionnelle significative dans chacun des 4 blocs de compétences

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

La procédure de nomination des jurys de certification s'effectue dans le respect des règles fixées par l'arrêté du 8 mars 2001 relatif aux diplômes délivrés par les établissements d'enseignement supérieur privés et consulaires, habilités à délivrer un diplôme revêtu du visa ministériel et les consignes figurant dans le BO n°30 du 23/07/2020.

Le Jury de validation de la certification est composé de :

Un Président du jury, professeur d'Université

Un représentant des dirigeants d'entreprises du territoire

Un représentant des salariés ou cadres d'entreprises du territoire

Un représentant du conseil pédagogique de l'EGC Centre Est

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	7 702 €
Selon la branche	6 000 € – 8 204 €
Prise en charge	Branches concernées

7 702 €	Valeur par défaut · 205 branches
8 204 €	CPNEF de la Publicité, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 998 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/08/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	33	0	89 %	79 %

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP41223

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://egc-centrest.fr/programme-bac3-bachelor-egc.html>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35574/>