

Diplôme Supérieur en Marketing Commerce et Gestion

RNCP35689 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310
Formacode(s)	32054
Code(s) ROME	D1402, M1704, M1705, M1204, M1707
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

CCIT OUEST NORMANDIE · SIRET : 13002172800014

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'EGC Normandie fait partie du réseau des EGC. Elle a pour mission de proposer une formation généraliste en management, gestion et commerce de niveau 6. La variété des parcours proposés par l'école, alliée à un suivi individualisé permet d'accueillir, ainsi des étudiants dont le projet professionnel est parfaitement mûri ainsi que des étudiants en phase de réflexion et de recherche personnelle en leur donnant la possibilité de découvrir leurs intérêts, de développer leurs aptitudes et de choisir ainsi la voie la plus pertinente pour eux aussi bien en termes de fonction dans l'entreprise que de secteur d'activité.

Le cursus prévoit également une ouverture culturelle forte à l'international et permet, en fonction des attentes et capacités des étudiants, un approfondissement réel dans le cadre de parcours à l'étranger, notamment une année césure entre la 2ème et 3ème année.

ACTIVITÉS VISÉES

L'EGCien(ne) exerce son activité dans des environnements très divers, il peut être présent dans toutes les entreprises, de toutes tailles et de tous secteurs d'activités. Sa fonction est d'accroître la notoriété de l'entreprise et de contribuer au chiffre d'affaires et à sa rentabilité par le développement de la vente de produits ou de services, par la qualité de la relation client, du conseil commercial et du service.

De par sa polyvalence et son positionnement au sein de l'entreprise en encadrement intermédiaire, il est en mesure d'exercer tout ou partie des domaines d'activités suivants :

- Contribuer à la définition de la stratégie marketing de l'entreprise et assurer sa mise en œuvre;
- Participer à la définition de la politique commerciale de l'entreprise, et commercialiser l'offre de l'entreprise ;
- Maîtriser les fondements de la gestion budgétaire et de l'analyse financière;
- Piloter un projet, manager une équipe.

A l'issue de la certification, les titulaires exercent dans tous métiers de l'univers du commerce et du marketing, principalement en qualité de conseiller commercial, chargé de clientèle, chargé d'études marketing. Ils évoluent dans les 3 à 5 années suivantes vers les postes de responsable commercial, du marketing et parfois de gestionnaire d'unité ou d'entreprise et de contrôleur de gestion.

La polyvalence du Responsable en marketing, commercialisation et gestion lui permet donc de changer d'emploi ou de secteur d'activité, d'évoluer vers des postes d'encadrement ou de créer son entreprise, en France ou dans un contexte international.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- En utilisant les méthodes et outils du marketing, mener une analyse de l'environnement concurrentiel, pour un positionnement optimal sur son marché
- A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, élaborer un plan marketing qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits.
- Afin d'atteindre les résultats fixés dans le plan marketing, préciser le calendrier et les moyens nécessaires pour le déploiement de la stratégie à mettre en œuvre.
- A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, présenter et justifier auprès de sa direction un plan de communication qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits
- En relation avec les services financiers, élaborer le budget prévisionnel pour l'opération en relation avec le service financier et les indicateurs du suivi.
- En tenant compte du plan marketing ainsi que des enseignements des précédents plans commerciaux et du potentiel de son portefeuille, repérer les orientations à privilégier pour l'élaboration d'un nouveau PAC, en relation avec les différentes directions de l'entreprise
- A partir des orientations retenues, planifier un plan d'actions commerciales en priorisant les actions, les moyens, et en définissant les outils de son suivi
- Afin de développer un portefeuille, mettre en œuvre un programme de prospection dans le respect du plan d'actions
- Afin de défendre un portefeuille, mettre en œuvre un programme de fidélisation dans le respect du plan d'actions
- A partir des informations recueillies sur le client et sur le marché, et dans le respect des consignes commerciales fixées par l'entreprise, préparer la négociation commerciale en identifiant l'adéquation possible entre les besoins du client et les capacités de réponses de l'entreprise
- Après avoir vérifié l'intérêt à agir, structurer une proposition commerciale et préparer les documents supports de l'argumentaire afin de défendre l'offre devant le client.
- En adaptant sa stratégie au déroulement de l'entretien conduire un entretien, en français ou dans un contexte international, pour aboutir à un résultat satisfaisant
- Seul ou avec l'appui de son supérieur, conclure une négociation en vérifiant l'accord du client sur les différents termes de la proposition commerciale
- En collaboration avec les autres services de l'entreprise, déterminer le coût réel d'un produit en identifiant toutes les charges de l'entreprise.
- Dans le respect de la politique de l'entreprise, estimer la viabilité économique d'un projet ou d'un produit à partir du calcul de ratios-clés et d'un état prévisionnel.
- En intégrant les obligations légales et les engagements en termes de responsabilité sociale et sociétale, établir des indicateurs et tableaux de bord sur la performance générale attendue.
- Au regard des charges et recettes constatés et en lien avec les autres services de l'entreprise, analyser le fonctionnement de l'entreprise en termes de métiers, tâches, unités, afin d'en améliorer la performance
- Afin de mesurer la performance d'une activité ou d'une entreprise, contribuer à l'élaboration de rapports d'audit permettant de déterminer des actions correctives pour améliorer la rentabilité de l'entreprise.
- En fonction des objectifs fixés et des besoins en compétences identifiés, participer à la constitution de son équipe en déterminant les ressources humaines nécessaires à son activité
- Dans le respect des résultats attendus, et afin d'obtenir une validation de la direction, établir le phasage d'un projet et une analyse de faisabilité en identifiant les risques, le business plan et le chemin critique.
- Afin d'optimiser l'organisation de l'équipe, définir l'activité en répartissant les tâches et en précisant les résultats individuels attendus
- Afin d'optimiser les résultats de son équipe et d'atteindre les résultats attendus, identifier les critères d'évaluation de la performance applicable à l'équipe et à chaque individu, en fonction des objectifs fixés collectivement et individuellement
- Afin de valoriser son activité et présenter ses résultats, développer son réseau professionnel dans le respect de l'entreprise

Blocs de compétences

RNCP35689BC01 — Contribuer à définir la stratégie marketing et assurer sa mise en œuvre

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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 ses 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 (réseaux 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

Les candidats doivent présenter les productions suivantes : 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.

RNCP35689BC02 — Participer à la politique commerciale et commercialiser l'offre de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

- Elaborer un plan de développement commercial en France et/ou à l'international
- Mener une négociation commerciale en français et/ou en langue étrangère

RNCP35689BC03 — Maîtriser les fondements de la gestion budgétaire et de l'analyse financière

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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 calcul 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

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

- Calculer le coût réel d'un produit ou commenter la rentabilité d'une gamme de produit
- Une analyse budgétaire : élaborer une note de synthèse ou établir un budget prévisionnel
- Commenter la situation financière d'une entreprise

RNCP35689BC04 — Manager un projet, une activité, une équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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

Les candidats doivent présenter les productions suivantes : En formation initiale Un projet action réellement mis en œuvre au cours de la certification

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les emplois sont occupés dans les entreprises de toutes tailles :

- Les petites et moyennes entreprises offrent 52% des emplois ;
- Les entreprises de taille intermédiaire et les grands groupes offrent 29% des emplois ;
- Les micro-entreprises regroupent 19% des emplois.

Tous les secteurs d'activités accueillent des certifiés. Les secteurs du commerce et de la distribution, des finances, de l'industrie et des services aux entreprises regroupent 56% des emplois occupés.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Conseiller Commercial, Chargé de clientèle, Responsable commercial, Chargé de mission, d'études marketing, Responsable marketing, Gestionnaire d'unité ou d'entreprise, Analyste de gestion d'entreprise, Contrôleur de gestion

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, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Afin d'avoir accès à la formation EGC, la candidat doit avoir au préalable validé le baccalauréat.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, VAE

Le jury d'un :

- président de jury
- représentant des employeurs
- représentant des salariés
- responsable de la formation

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

Le jury d'un :

- président de jury
- représentant des employeurs
- représentant des salariés
- responsable de la formation

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	6 932 €
Selon la branche	6 750 € – 6 940 €
Prise en charge	Branches concernées
6 932 €	Valeur par défaut · 207 branches
6 940 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNEF de la Publicité, CPNEFP ICGV entreprises de la viande
6 844 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
6 750 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)

Base légale

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

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP41191

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35689/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	5
Parcours menés à terme	6
Taux d'achèvement	120 %

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	6
Montant total engagé	33 816 €
Coût moyen par dossier	5 636 €
Durée moyenne	740 h
Période	09/2021 – 09/2024
Entreprise	56 %
France compétences	37 %
France Travail	8 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.