

Diplôme Supérieur en marketing, commerce et gestion

RNCP35718 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310
Formacode(s)	34054, 34554
Code(s) ROME	D1402, M1704, M1705, M1204, M1707
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

EMECI / EGC / EKOD / CEL · SIRET : 18720092800088

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Depuis 1995, la CCI Le Mans Sarthe intègre, dans son bouquet de formations, la certification du diplôme supérieur en marketing, commerce et gestion (EGC Sens). En effet, l'analyse de l'offre existante et des besoins exprimés par les entreprises de la Sarthe à cette époque met en évidence la nécessité et la pertinence de déployer une offre qualifiante et diplômante post Baccalauréat en 3 ans dans le domaine commercial. Le programme du diplôme supérieur en marketing, commerce et gestion (EGC Le Mans) est le seul dans la Sarthe à proposer une expérience immersive en entreprise et à l'étranger pour tous ses étudiants. Son contenu se singularise par sa dimension pluridisciplinaire en marketing, commerce, gestion qui permet aux diplômés d'envisager des carrières professionnelles en France et à l'International. Le programme se caractérise également par sa proximité nourrie, enrichie et entretenue avec le monde professionnel local. C'est ce qui est à l'origine de sa création et qui fonde son développement depuis. Il s'agit donc de conforter les liens avec le monde économique en leur proposant toutes les solutions d'accueil d'un apprenant : stages, jobs étudiants, apprentissage et immersion professionnelle. La perspective de la CCI Le Mans Sarthe est de continuer à développer l'alternance, en proposant, en seconde année ou en troisième année du programme du diplôme supérieur en marketing, commerce et gestion (EGC Le Mans) à partir de la rentrée 2021 afin de répondre aux besoins du monde économique du territoire

ACTIVITÉS VISÉES

Bloc A – 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, mobiliser les méthodes et les outils du marketing pour valoriser l'offre de l'entreprise. Principales activités : L'analyse du positionnement d'une offre sur le marché national ou international ·

L'élaboration de préconisations marketing · La mise en œuvre et l'évaluation d'un plan de communication intégrant le digital · La mobilisation de réseaux, canaux et circuits de distribution · La communication en interne et en externe pour promouvoir l'offre de l'entreprise.

Bloc B – Développer l'activité commerciale de l'entreprise.

Dans le respect de la réglementation et de la politique tarifaire de

l'entreprise, mener des actions commerciales 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 (PAC). · La négociation commerciale, sur un marché français ou à l'étranger. · La gestion d'un portefeuille clients · La fidélisation et la prospection commerciale.

Bloc C – Mesurer et contrôler la performance d'une activité.

Dans le cadre du pilotage de son entité, estimer et contrôler la rentabilité d'un produit ou d'une activité. Mesurer la performance de

l'organisation. Principales activités :

· L'établissement de

prix et de calculs de rentabilité · Le renseignement d'indicateurs d'activités, de résultats et de performance · L'analyse de tableaux de bord d'activité, de documents comptables et financiers

· La gestion

d'une unité et le suivi de la performance attendue.

Bloc D – Manager un projet, une activité, une équipe

Dans un contexte hiérarchique ou non hiérarchique, assurer le management d'une équipe ou d'une activité pour atteindre les objectifs fixés par sa direction Principales activités :

· Le pilotage de projet · Le management d'équipe · L'animation et la motivation au quotidien · L'optimisation des résultats individuels et collectifs

.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire est capable :

- Réaliser une veille(marché, secteur d'activité, entreprise...) en utilisant diverses sources informationnelles nationales comme internationales
- En utilisant les méthodes et outils du marketing, mener une analyse de son 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 marketingqui 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
- En relation avec les services financiers, élaborer le budget prévisionnel pour l'opération en relation avec le service financier et les indicateurs du suivi.
- Déployer le planen mobilisant les évènements, les canaux et circuits et en utilisant des outils d'animation, de communication et de promotion
- En complément des supports traditionnels, activer les leviers web marketing réseaux sociaux, Mobiles / tactiles... dans le respect de la campagne définie et des moyens disponibles, et en veillant à la e-réputation de l'entreprise et à la sécurisation des datas
- A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, présenter et justifier auprès de sa direction un plan de communicationqui mobilise divers réseaux, canaux et circuits
- 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 (Plan d'actions commerciales), en relation avec les différentes directions de l'entreprise
- A partir des orientations retenues,planifier un plan d'actions commercialesen priorisant les actions et les moyens.
- Mettre en œuvre un programme mix de fidélisation et de prospection pour développer ou défendre son portefeuille dans le respect du plan d'actions, ainsi que les outils de son suivi
- A partir du renseignement des tableaux de suivi du PAC (Plan d'actions commerciales),évaluer la performance du plan d'actions en tenant compte des résultats de la concurrence
- Proposer à sa direction des actions correctives au regard des résultats et des objectifs commerciaux à atteindre
- A partir des informations recueillies sur le client et sur le marché, et dans le respect des consignes commerciales fixées par l'entreprise, déterminer le champ d'adéquation 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.
- Conduire un entretien, en français ou dans un contexte international, en adaptant sa stratégie au déroulement de l'entretien · 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
- A l'issue de la négociation, avec l'appui du service juridique, élaborer des documents commerciaux
- En collaboration avec les autres services de l'entreprise, déterminer le coût réel d'un produit en prenant en compte toutes les charges 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.
- Dans le cadre des démarches d'amélioration continue, déployer des procédures de collecte de données, en veillant à leur application auprès des parties prenantes
- A partir des données collectées et des indicateurs de gestion, établir des budgets et des comptes rendus d'activité en prévisionnels et en rectificatifs
- 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 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
- En accord avec sa direction, communiquer dans le cadre et autour du projet au regard des objectifs et du planning défini en contrôlant son avancement et en identifiant des ajustements potentiels à réaliser.
- Par la collaboration avec les services concernés, contribuer à un climat social serein et à l'épanouissement professionnel de son équipe en respectant la législation en vigueur dans toutes les phases du management (recrutement, évaluation, évolution de parcours).
- Afin de susciter l'adhésion et la motivation de son équipe, communiquer par différents canaux en partageant les informations et en rappelant les objectifs
- Afin d'optimiser les résultats de son équipe et effectuer des comptes rendus auprès de sa hiérarchie, 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

RNCP35718BC01 — 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.

RNCP35718BC02 — 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

RNCP35718BC03 — 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

RNCP35718BC04 — 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, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION
La formation est accessible en formation initiale (temps plein ou alternance), continue et en VAE.
• Pour le primo-apprenant:
o Entrée en
1ère année : Baccalauréat toutes filières obtenu ou diplôme ou titre étranger admis en équivalence.

La candidature est formulée sur Parcoursup et l'admission s'effectue sur dossier, examen du dossier scolaire et entretien de motivation;

- o Entrée en 2nde ou 3^{ème} année, l'admission s'effectue sur dossier, test de positionnement et entretien de motivation.
- Pour les salariés en formation continue: 3 années d'expérience professionnelle et satisfaire aux épreuves de sélection de l'EGC Sens

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, 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 et un vice président du jury, enseignants-chercheurs, 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 Le Mans

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	6 927 € – 7 392 €
Prise en charge	Branches concernées
6 932 €	Valeur par défaut · 202 branches
7 392 €	CPNEF de la Publicité, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 185 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP des jardineries et graineteries
7 149 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 316 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
7 108 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 084 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 927 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles

Base légale

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

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	18	—	83 %	79 %

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP38067

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.egc-lemans.com/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35718/>