

Diplôme de Gestion et Management des entreprises

RNCP36008 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	32154, 32054, 34052, 34573
Code(s) ROME	M1404, D1401, M1701, M1705, D1403
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

TROYES AUBE FORMATION · SIRET : 52917534100013

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le diplôme de management et gestion des entreprises vise à préparer les candidats à des responsabilités opérationnelles dans tout type d'entreprise. Cette certification a été créée dans le but de répondre à un besoin des entreprises en managers intermédiaires dans le domaine du commerce, notamment de l'action commerciale et du marketing.

ACTIVITÉS VISÉES

Les diplômés de la certification seront amenés à exercer les activités suivantes, dans le respect de la stratégie définie par ou en collaboration avec la direction de la structure : - L'analyse des besoins de service ou de produit du client, en prenant en compte un cahier des charges existant ou en le définissant avec le client. Ils s'appuieront sur des outils de veille afin d'argumenter leur analyse et de proposer le service ou le produit le plus approprié à la demande du client, le tout dans le respect des axes stratégiques et commerciaux de l'entreprise.

- La mise en œuvre d'un plan d'action commerciale, basé sur les études contextuelles menées en amont. Ils planifieront les tâches en veillant à attribuer à chaque service concerné les tâches qui lui incombent, dans le respect du retro planning établi.
- Le management d'une équipe de travail, en répartissant les tâches et en suivant la performance dans le but d'atteindre les objectifs fixés.
- Le pilotage de la performance commerciale grâce à l'élaboration d'indicateurs et de tableaux de bords efficaces qu'ils devront construire et faire évoluer. L'analyse des écarts et la formulation d'actions correctives contribueront à l'atteinte des objectifs commerciaux. Ils établiront un reporting de ce pilotage à la direction.
- Le développement et l'entretien de la relation clientèle par la mise en œuvre de la politique marketing et commerciale de la structure. Ils créeront du lien par le biais d'actions de marketing direct et opérationnel, et enrichiront son outil CRM par l'acquisition de nouveaux contacts (prospection clients, location de fichiers, etc.)

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1. Analyser les besoins de service ou de produit du client

- S'assurer de la bonne compréhension du cahier des charges ou de la demande du client en utilisant des canaux de communication adéquats et en reformulant la demande
- Effectuer une veille concurrentielle en identifiant et en utilisant les ressources pertinentes, après avoir identifié précisément le périmètre de la veille selon la demande initiale, y compris en participant à des événements

professionnels qui contribueront également au développement de son réseau professionnel

- Rassembler les éléments de contexte pertinents à la demande en sélectionnant et en organisant les informations qui contribueront à la définition d'une stratégie commerciale

2. Mettre en œuvre un plan d'action commerciale

- Participer à la définition de la stratégie commerciale en présentant et en argumentant les éléments de contexte rassemblés qui contribueront à la définition d'axes stratégiques et d'indicateurs de mesure de performance liés à un rétro planning
- Établir un rétro planning des actions à mener en intégrant les contraintes internes et externes à l'entreprise
- Répartir les tâches qui incombent aux interlocuteurs identifiés, en fédérant les équipes par l'animation de réunions de travail ou la création de supports de communications internes
- Déployer le plan d'action commerciale conformément aux axes stratégiques arrêtés, tout en respectant les enjeux marketing de l'entreprise et l'éthique des affaires
- Manager une équipe dans le respect d'un code éthique et moral tel que défini et cadré par l'entreprise

3. Manager une équipe de travail

- Diriger une équipe dans le respect des orientations stratégiques, des processus établis par l'entreprise et dans le respect des lois faisant vigueur
- Définir et communiquer les missions attribuées et les résultats attendus à chaque collaborateur investi dans le projet en animant notamment des réunions de travail
- Effectuer un suivi et accompagner la performance grâce à la mise en place d'un système pertinent à la situation, dans le but d'atteindre les objectifs fixés (évaluation des performances, coaching, groupe de réflexion, etc.) et en mettant en œuvre ses qualités humaines et managériales (écoute, motivation, etc.)

4. Piloter la performance commerciale

- Formuler des indicateurs adaptés à la situation permettant de suivre la bonne application du plan d'action commerciale et de mesurer leur performance
- Établir un tableau de bord afin de suivre les indicateurs pertinents à l'analyse de l'action menée, permettant de mesurer la performance de l'entreprise
- Etudier les indicateurs obtenus afin de soumettre un rapport d'analyse financier et opérationnel à sa hiérarchie en utilisant les outils appropriés
- Le cas échéant, proposer des actions correctives en formulant de nouveaux scénarii d'optimisation de performance

5. Développer et entretenir la relation clientèle

- Développer l'expérience client et fidéliser sa clientèle en mettant en œuvre la politique marketing et commerciale, ainsi qu'en accompagnant et en conseillant le client et les équipes
- Effectuer des missions de relance auprès de son portefeuille de clients, maintenu à jour, afin d'effectuer un suivi ou de proposer un nouveau service
- Prospecter de nouveaux clients en identifiant de potentiels marchés ou en utilisant de nouvelles sources de données (par exemple, fichiers clients)

Blocs de compétences

RNCP36008BC01 — Analyser les besoins de service ou de produit du client

LISTE DE COMPÉTENCES

S'assurer de la bonne compréhension du cahier des charges ou de la demande du client en utilisant des canaux de communication adéquats et en reformulant la demande

Effectuer une veille concurrentielle en identifiant et en utilisant les ressources pertinentes, après avoir identifié précisément le périmètre de la veille selon la demande initiale, y compris en participant à des événements professionnels qui contribueront également au développement de son réseau professionnel-

Rassembler les éléments de contexte pertinents à la demande en sélectionnant et en organisant les informations qui contribueront à la définition d'une stratégie commerciale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Business Game : Jeu de simulation au cours duquel les candidats : -

analysent l'ensemble des informations disponibles- analysent la structure du marché (concurrence, comportement réglementation)- font des choix raisonnés- argumentent en quoi les choix qu'ils ont faits servent la stratégie de l'entreprise

Expérience en entreprise :Selon les missions confiée, le candidat sera en situation réelle et devra gérer un

portefeuille client, appliquer la stratégie établie par la direction et réaliser une veille concurrentielle
Cas pratique : approche quantitative et approche qualitative dans le cadre d'une étude de marché

RNCP36008BC02 — Mettre en œuvre un plan d'action commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

Participer à la définition de la stratégie commerciale en présentant et en argumentant les éléments de contexte rassemblés qui contribueront à la définition d'axes stratégiques et d'indicateurs de mesure de performance liés à un rétroplanning

Établir un rétro-planning réaliste des actions à mener en intégrant les contraintes internes et externes à l'entreprise

Déployer le plan d'action commerciale conformément aux axes stratégiques arrêtés, tout en respectant les enjeux marketing de l'entreprise et l'éthique des affaires

Manager une équipe dans le respect d'un code éthique et moral

tel que défini et cadré par l'entreprise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas réels : dont l'objectif est de définir des axes stratégiques et d'établir des indicateurs de performance

Business Game : Jeu de simulation, les candidats gèrent une entreprise globale, prennent des décisions, expliquent leurs décisions et stratégies et justifient leur choix stratégiques devant leurs actionnaires. Par équipe, les étudiants prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel. Les objectifs d'évaluation sont :

- mesurer la capacité à modifier sa stratégie en fonction de l'environnement interne et externe de l'entreprise
- mesurer la capacité à expliquer les décisions stratégiques
- mesurer la capacité à expliquer une performance

RNCP36008BC03 — Manager une équipe de travail

LISTE DE COMPÉTENCES

Diriger une équipe dans le respect des orientations stratégiques, des processus établis par l'entreprise et dans le respect des lois faisant vigueur

Définir et communiquer les missions attribuées et les résultats attendus à chaque collaborateur investi dans le projet en animant notamment des réunions de travail

Effectuer un suivi et accompagner la performance grâce à la mise en place d'un système pertinent à la situation, dans le but d'atteindre les objectifs fixés (évaluation des performances, coaching, groupe de réflexion, etc.) et en mettant en œuvre ses qualités humaines et managériales (écoute, motivation, etc.)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Expérience en entreprise : Selon les missions confiée, le candidat sera amené à diriger une petite équipe dans le but d'atteindre les objectifs commerciaux définis

Business Game : Jeu de simulation, les candidats gèrent une entreprise globale, prennent des décisions, expliquent leurs décisions et stratégies et justifient leur choix stratégiques devant leurs actionnaires. Par équipe, les étudiants prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel.

RNCP36008BC04 — Piloter la performance commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Formuler des indicateurs adaptés à la situation permettant de suivre la bonne application du plan d'action commerciale et de mesurer leur performance

Établir un tableau de bord afin de suivre les indicateurs pertinents à l'analyse de l'action menée, permettant de mesurer la performance de l'entreprise

Etudier les indicateurs obtenus afin de soumettre un rapport d'analyse financier et opérationnel à sa hiérarchie en utilisant les outils appropriés. Le cas échéant, proposer des actions correctives en formulant de nouveaux scénarios d'optimisation de performance

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Business Game : Jeu de simulation, les candidats justifient leur choix stratégiques devant leurs actionnaires notamment par l'établissement d'indicateurs de performance. Par équipe, les étudiants prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel.

RNCP36008BC05 — Développer et entretenir la relation clientèle

LISTE DE COMPÉTENCES

Développer l'expérience client et fidéliser sa clientèle en mettant en œuvre la politique marketing et commerciale, ainsi qu'en accompagnant et en conseillant le client et les équipes

Effectuer des missions de relance auprès de son portefeuille de clients, maintenu à jour, afin d'effectuer un suivi ou de proposer un nouveau service

Prospecter de nouveaux clients en identifiant de potentiels marchés ou en utilisant de nouvelles sources de données (par exemple, fichiers clients)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Expérience en entreprise :Selon les missions confiée, le candidat sera en situation réelle et devra gérer un portefeuille client, dans le respect de la stratégie établie par la direction, cibler sa clientèle, effectuer une prospection, rencontrer les clients potentiels, assurer un suivi et développer son portefeuille clients.

Cas pratique :simulation d'une négociation commerciale en face-à-face ou dans un contexte virtuel

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les diplômés peuvent être amenés à travailler dans tout secteur d'activité commercial qui peuvent être catégorisés ainsi :

- Entreprises commerciales
- Industrie
- Prestation de service
- Collectivités
- Associations
- ONG

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Assistant marketing
- Assistant commercial
- Assistant administration des ventes
- Responsable produit
- Responsable de service

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 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 326 €
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés · tension 2/5 (Faible) L3X80 — Secrétaires de direction · tension 5/5 (Très élevée) L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R2X83 — Représentants auprès des particuliers · tension 5/5 (Très 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)

Projets de recrutement (BMO 2026)	58 036
Jugés difficiles à recruter	33 %
Emplois saisonniers	7 %
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés L3X80 — Secrétaires de direction L4X80 — Techniciens des services administratifs R1X68 — Employés des services commerciaux R2X83 — Représentants auprès des particuliers R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

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

Les membres du jury de diplôme sont désignés chaque année par le Recteur d'Académie, Chancelier des Universités, sur proposition du Directeur de l'Etablissement. Le Recteur d'Académie en désigne également le Président, conformément aux dispositions de l'arrêté du 8 mars 2001. Ce jury est composé :

- De la Rectrice de l'Académie de Reims ou son représentant
- Du Président de l'Université Reims Champagne-Ardenne ou son représentant
- De la Directrice de SCBS
- De la Directrice académique de SCBS
- Du Directeur des programmes SCBS
- Des responsables de départements pédagogiques de SCBS
- De la responsable du service scolarité de SCBS

COMPOSITION DU JURY — VAE

4 professionnels exerçant les métiers visés (2 employeur, 2 employés), 3 représentants de l'établissement (1 cadre administratif de l'établissement, 2 professeurs permanents)

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	7 604 €
Selon la branche	6 000 € – 7 720 €
Prise en charge	Branches concernées
7 604 €	Valeur par défaut · 199 branches
7 720 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP Transformation Laitière, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
7 702 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP des jardineries et graineteries
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP de la métallurgie
7 400 €	CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé

7 025 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 500 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire

Base légale

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

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34877

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40712

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36008/>