

Manager de l'innovation (MS)

RNCP36016 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320, 310m, 312
Formacode(s)	32070, 34030
Code(s) ROME	H1204, M1703, M1402, H1206, M1702
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	10/11/2021
Date d'échéance	10/11/2024

Certificateur(s)

ECOLE CENTRALE DE NANTES · SIRET : 19440100600011

AUDENCIA · SIRET : 83474886500013

Partenaires habilités

5 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 5 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
AUDENCIA	83474886500013	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500021	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500039	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500062	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500070	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'innovation est devenue un enjeu stratégique au sein des entreprises pour imaginer de nouvelles réponses aux besoins quotidiens des usagers. Puisqu'il s'avère capital de se démarquer significativement de la concurrence, la synergie de la fonction marketing, de l'ingénierie et du design permet alors d'associer efficacement productivité et qualité.

Depuis plus de 10 ans,

le programme de formation qui mènera au projet de certification

"Manager de l'innovation (MS)" est élaboré pour préparer les futurs professionnels de l'innovation à s'adapter continuellement, autant qu'à travailler en transversal avec d'autres disciplines, tout en occupant des fonctions stratégiques de management.

La certification « Manager de l'innovation (MS) » répond à un besoin en forte croissance, au sein de nombreuses entreprises et d'agences, de recruter des profils multidisciplinaires qui soient capables d'appréhender de manière efficace et de manager tous les enjeux liés à la conception, au développement, et à la mise sur le marché d'offres innovantes.

ACTIVITÉS VISÉES

- 1 : Définir et développer une stratégie d'innovation en adéquation avec la stratégie globale de l'entreprise
2. Manager une équipe projet interdisciplinaire dans une logique d'innovation
3. Développer une offre de produits ou services innovante dans le cadre d'une démarche marketing basée sur la connaissance du consommateur et de l'utilisateur
4. Piloter le prototypage, l'ingénierie et le design des produits ou services
5. Développer et promouvoir des offres (produits/services) dans le cadre d'une démarche marketing afin d'accompagner le développement et la performance de l'entreprise

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1. Définir et développer une stratégie d'innovation en adéquation avec la stratégie globale de l'entreprise
 - Analyse des signaux faibles (opportunités/menaces)
 - Mise en place et accompagnement d'une veille stratégique
 - Identification des éléments clés à mettre en œuvre pour innover
 - Pilotage de l'innovation dans l'entreprise via l'accompagnement du changement de culture d'une organisation vers l'innovation et le changement
2. Manager une équipe projet interdisciplinaire dans une logique d'innovation
 - Positionnement de leadership en fédérant des parties prenantes ayant des expertises et des enjeux divers (conception, vente, etc) autour du projet innovant de l'organisation
 - Amélioration de la performance de l'équipe projet en prenant en compte les enjeux métiers de chaque partie prenante dans une démarche d'innovation
 - Définition des objectifs, mesure des résultats et évaluation des performances collectives et individuelles d'une démarche innovation, et ce de manière spécifique à l'entreprise et au type de projet mené
 - Implication individuelle dans un projet d'équipe regroupant des ingénieurs, designers et managers et dédié à l'innovation
3. Développer une offre de produits ou services innovante dans le cadre d'une démarche marketing basée sur la connaissance du consommateur et de l'utilisateur
 - Recueil des besoins des clients et les attentes consommateurs
 - Identification des besoins universels exprimés directement ou indirectement
 - Optimisation de l'utilisation du produit ou service via la définition des moments clés ou les points de contact de l'expérience usager
4. Piloter le prototypage, l'ingénierie et le design des produits ou services
 - Définition des prototypes les plus adéquats pour tester une offre
 - Prototypage de l'offre qui doit être testée
 - Test des solutions imaginées dans une démarche de co-construction
5. Développer et promouvoir des offres (produits/services) dans le cadre d'une démarche marketing afin d'accompagner le développement et la performance de l'entreprise
 - Rédaction d'une méthodologie marketing en réponse aux besoins du commanditaire et développement d'une offre
 - Mise en œuvre d'une méthode de management et de suivi de projet de type innovation
 - Présentation des différents livrables en cours de projet

Blocs de compétences

RNCP36016BC01 — Définir et développer une stratégie d'innovation en adéquation avec la stratégie globale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Assurer une veille sur l'environnement ou l'éco-système de l'entreprise afin de diagnostiquer l'existant en matière d'innovation en identifiant les opportunités et menaces du marché et analyser l'évolution des outils

En simplifiant la recherche d'informations sur des sujets ciblés, collecter et organiser l'information afin de créer un processus technologique d'analyse des données et de présentation d'informations pour aider les dirigeants, managers et autres utilisateurs finaux de l'entreprise à prendre des décisions commerciales éclairées

Mener une recherche

basée sur deux principaux types de terrains d'études : primaires (sources universitaires, cadre technologique, tendances sociales, politiques etc.) et secondaires (interviews d'utilisateurs, films de science fiction etc.) pour

identifier des leviers d'innovation.

Traduire et capitaliser sur les éléments identifiés dans la veille et formaliser une stratégie d'innovation de l'entreprise en rédigeant un plan de développement et de financement pour accompagner la structure en intégrant de nouveaux territoires d'opportunités.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet réalisé en équipe d'étude de cas d'entreprise à partir de données réelles proposées par le certificateur.

Les livrables sont un rapport écrit et une soutenance orale. Ils doivent décrire les 2 étapes suivantes du projet :

1/ Analyse

A partir des données fournies, l'apprenant au sein d'un groupe doit réaliser une veille, collecter de l'information et mener une analyse des terrains d'études primaires et secondaires pour reformuler les enjeux d'innovation de l'entreprise.

2/ Définition de territoires d'opportunités

A partir de l'analyse réalisée en 1/ l'apprenant au sein d'un groupe doit formaliser des préconisations stratégiques d'innovation et définir des territoires d'opportunités.

Les membres du groupe sont évalués individuellement sur leurs contributions propres.

RNCP36016BC02 — Manager une équipe projet interdisciplinaire dans une logique d'innovation

LISTE DE COMPÉTENCES

Favoriser l'intelligence collective comme levier de création de valeur pour le projet d'innovation. Mettre en oeuvre des techniques valorisant, écoute active, langage verbal et non-verbal, postures adaptées afin de communiquer et faire adhérer les équipes projet à une vision stratégique commune.

Créer des interactions positives et efficaces avec les parties prenantes afin de fédérer les équipes projet autour de la stratégie de l'organisation et donner du sens aux décisions et à l'action.

Mobiliser les techniques managériales et d'animation d'équipe adaptées pour aider à construire une équipe performante : intégrer les nouveaux venus dans l'équipe, responsabiliser par la délégation et lever les freins et résistances individuelles et/ou collectives, mettre en oeuvre les techniques de gestion spécifiques des personnalités et situations complexes.

Construire les outils nécessaires pour suivre l'activité de l'équipe projet et communiquer sur les indicateurs clés de réussite. Mettre en place l'organisation de reportings collectifs et individuels en établissant le lien entre les résultats obtenus et les outils de reconnaissance afin de concilier atteinte des objectifs et satisfaction des membres de l'équipe. Identifier ses modes de fonctionnement préférentiels pour mieux se connaître soi-même et mieux comprendre les autres.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation

simulée à partir d'un cas d'étude basé sur une situation réelle d'entreprise proposé par le certificateur.

Le groupe doit mener

une série d'ateliers créatifs le mettant en situation d'imaginer une nouvelle offre produit ou services.

Dans ce cadre chaque

participant sera évalué individuellement sur son positionnement au sein d'une

équipe interdisciplinaire, tant sur ses capacités propres que sur ses

interactions avec les autres membres du groupe. Soit : ses capacités à être leader, contribuer, proposer

des alternatives ou améliorer l'existant. Le groupe sera

également évalué globalement sur ses productions.

- Le candidat doit

faire la démonstration de sa capacité à pousser et défendre un point de vue

(technique, marketing ou design) tout en articulant et respectant (écoute

active, empathie et prise en compte des attitudes et émotions de chaque

membre) les compétences complémentaires présentes dans le groupe pour arriver

au tryptique de manager de l'innovation.

- Pour les

dimensions concernant les capacités d'interaction et de création d'outils de

reporting, le candidat a démontré l'intégration et la mise en valeur de

chaque expertise et profil du groupe.

- Un rapport

d'analyse individuel sera rédigé.

- Le groupe doit

mettre en place un outil de pilotage et rendre des comptes quant à l'avancée des travaux.

RNCP36016BC03 — Développer une offre de produits ou services innovante dans le cadre d'une démarche marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Recueillir la parole des consommateurs et des utilisateurs d'un produit ou d'un service à l'aide de divers types de techniques (observation, d'entretien, de l'ethnographie ou d'autres techniques utilisées par les designers, les marketeurs et les chercheurs) et mener des études qualitatives pour comprendre leurs besoins et attentes

Utiliser les recueils de besoins pour formuler les éléments de perception des consommateurs et les cartographier pour pouvoir définir des personae

Identifier et définir les moments clés du processus d'achat ou d'utilisation d'un produit/service pour cartographier l'expérience usager.

Evaluer la manière dont les moments clés peuvent évoluer pour améliorer ou fluidifier l'expérience usager.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1 Travail individuel de mise en situation réelle auprès d'usagers sur une thématique de travail proposée par une entreprise. Le candidat doit rédiger un guide d'entretien semi-directif, sélectionner des usagers et mener des entretiens pour recueillir les besoins.

2 Travail de cartographie : le candidat utilise le travail de mise en situation réelle pour cartographier les expériences usagers, définir les points de contacts clés, définir des insights(1) clairs permettant à terme de faire évoluer l'offre d'une entreprise.

Le livrable est un rapport écrit suivi d'une présentation orale.

RNCP36016BC04 — Piloter le prototypage, l'ingénierie et le design des produits ou services

LISTE DE COMPÉTENCES

Déterminer les principales modalités d'usage des prototypes (explorer, valider, comparer etc.) pour valider quel prototype est le plus adéquat à la phase de développement en cours.

Sous contrainte de budget arriver à définir quelles sont les représentations les plus adéquates en terme de prototype.

Construire un prototype qui réponde à la phase de développement définie, et ceci de manière digitale, tangible ou mixte en utilisant les principaux outils de prototypage disponibles à date (impression 3D, paper prototyping, Arduino etc.)

Organiser des focus groups et des tests utilisateurs. Les préparer, les animer, recueillir les informations essentielles et les retranscrire pour en faire un outil de décision stratégique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A partir d'une étude de cas basée sur une demande d'entreprise partenaire ou sur une thématique définie par un intervenant. Les apprenants travaillent de manière collective pour répondre à l'enjeu d'innovation.:

- définir la principale modalité d'usage du prototype à venir ("créer, tester, débattre, expérimenter, choisir, convaincre"),
- choisir la meilleure représentation pour atteindre ledit objectif (conception),
- construire la maquette ou toute représentation physique intermédiaire produite au sein d'un processus d'innovation (réalisation),
- présenter la maquette et en scénariser l'usage.
- tester la maquette auprès d'au moins un usager.

Les livrables sont :

une maquette collective produite en groupe et une maquette individuelle

une présentation orale collective

RNCP36016BC05 — Développer et promouvoir des offres dans le cadre d'une démarche marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les attentes du commanditaire, identifier les enjeux et recueillir efficacement les besoins en procédant à un questionnaire précis.

Proposer et mettre en œuvre une méthodologie adéquate constituée de séquences et de livrables intermédiaires.

Conduire une gestion de projet dans l'univers de l'innovation en appliquant différents types d'approches (méthode en cascade, méthodes agiles, méthodes hybrides) pour cadrer avec les objectifs du projet

Sélectionner les

bons critères d'évaluation d'un projet et utiliser les outils de traitement de données, d'images pour présenter des livrables clairs, concis et efficaces.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet Fil Rouge à partir d'une problématique complexe d'un

commanditaire (entreprise partenaire) permet de mettre en application la

gestion d'un projet digital en équipe. Ce projet dure environ six mois et

comporte systématiquement :

- un brief client,
- une analyse de l'environnement et des usages,
- un travail basé sur une méthodologie spécifique,
- une maquette d'offre de produit ou service.

Il alterne les travaux individuels et les travaux en groupe.

Des séances de travaux pratiques encadrés permettent sur chaque projet de

juger de l'implication individuelle des étudiants dans chaque étape des

projets

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

L'innovation et le design ont ceci de particulier qu'ils touchent la totalité des entreprises: B2B, B2C, industrie lourde, produits de grande consommation.

Il est possible de distinguer deux principaux types d'entités employeurs:

• Premièrement, les sociétés de conseil spécialisées, de plus en plus nombreuses et diversifiées. Parmi elles, d'un côté les sociétés de conseil classique qui se sont dotées de cellules design et innovation et de l'autre, des sociétés de conseil nées notamment du développement du design thinking et qui travaillent pour de grands groupes ou des entreprises de taille intermédiaires.

La certification délivre des compétences qui sont particulièrement appréciées de ces sociétés de conseil, qui y trouvent le moyen d'acquérir les dernières compétences développées sur le marché.

• Deuxièmement, les grandes entreprises qui sont maintenant dotées de cellules internes d'innovation à côté de leurs cellules de R&D classiques.

Les cellules innovation intégrées recherchent souvent un mix entre les compétences offertes par la formation et des compétences acquises auparavant proches des enjeux industriels.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le manager de l'innovation peut être identifié par des intitulés différents en fonction des entreprises, mais qui recouvrent une seule réalité : une capacité à gérer des équipes multidisciplinaires autour d'un projet innovant, et donc la capacité à appréhender correctement les spécificités de chaque pratique individuelle.

Le métier de Manager de l'innovation mène à des fonctions telles que :

- Manager de projet innovation
- Manager de l'innovation
- Directeur de l'innovation
- Manager recherche & développement
- Manager de projets Expérience Client
- Manager de marque
- Chef de projet innovant
- Manager Digital & Innovation

- Consultant Expérience Utilisateur (UX)
- Consultant en design management
- Designer stratégique
- Chef de produit & développement
- Architecte designer

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ
Sans objet

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 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 940 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) N0X70 — Techniciens d'étude, recherche et développement · tension 5/5 (Très élevée) N1X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement (industrie) · tension 5/5 (Très élevée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) 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) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	44 500
Jugés difficiles à recruter	35 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) N0X70 — Techniciens d'étude, recherche et développement N1X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement (industrie) R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS
VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION
La certification étant un Mastère Spécialisé®, labellisé par la Conférence des Grandes Ecoles, les candidats doivent

être titulaires ou en cours d'obtention d'un diplôme de grade de Master ou équivalent :

- Diplôme d'Ingénieur habilité par la Commission des Titres d'Ingénieurs (CTI)
- Diplôme d'une Ecole de Commerce (Niveau Master) membre de la Conférence des Grandes Ecoles
- Diplôme de Médecine (6ème année), de Pharmacie (5ème année), Vétérinaire, Avocat, Architecture, ...
- Master 2 universitaire (DEA, DESS, ...)
- Titre inscrit au RNCP niveau 7 (anciennement nomenclature niveau I)
- Master 1 universitaire (Maîtrise) justifiant de trois ans d'expérience professionnelle post-diplôme
- Des diplômes étrangers équivalents aux précédents.

Les candidats suivants pourront être admis dans le Mastère Spécialisé® à titre dérogatoire :

- Master 1 (Maîtrise) sans expérience professionnelle
- Licence (L3) et justifiant d'au moins trois ans d'expérience professionnelle

Taux de dérogation pratiqué : 30%

Toute autre candidature avec un minimum de 10 ans d'expérience professionnelle présentant un cursus original ou un parcours de qualité sera examinée avec attention. Cette candidature pourra faire l'objet d'une Validation des Acquis Professionnels et Personnels (VAPP).

Taux de VAPP pratiqué : 40 %

Le pourcentage total des dérogations, incluant la VAPP ne doit pas excéder 40%.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

- o En qualité de président du jury : un cadre dirigeant d'entreprise nommé sur proposition du responsable de la certification.
- o Deux professionnels en activité dans des entreprises directement concernées par la certification
- o Le Directeur pédagogique de la certification, enseignant à Audencia Business School
- o Les 2 co-responsables du programme, co-Directeur du programme Mastère Spécialisé® ou son représentant pour Audencia et co-Directeur du programme Mastère Spécialisé® ou son représentant pour Centrale Nantes
- Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification?dont professionnels qualifiés?: 50%

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

- o En qualité de président du jury : un cadre dirigeant d'entreprise nommé sur proposition du responsable de la certification.
- o Deux professionnels en activité dans des entreprises directement concernées par la certification
- o Le Directeur pédagogique de la certification, enseignant à Audencia Business School
- o Les 2 co-responsables du programme, co-Directeur du programme Mastère Spécialisé® ou son représentant pour Audencia et co-Directeur du programme Mastère Spécialisé® ou son représentant pour Centrale Nantes
- Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification?dont professionnels qualifiés?: 50%

COMPOSITION DU JURY — VAE

Un dirigeant d'entreprise

Deux professionnels, cadres d'entreprise : l'un représentant l'employeur (50%), l'autre représentant les salariés (50%)

Un professeur intervenant au sein du dispositif de certification

Les 2 co-responsables du dispositif de certification

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	8 668 €
Selon la branche	8 000 € – 8 684 €
Prise en charge	Branches concernées
8 668 €	Valeur par défaut · 208 branches
8 684 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat, CPNEFP des jardineries et graineteries

8 583 €	CPNEFP Commerce à distance
8 500 €	CPNE Branche Caoutchouc
8 000 €	CPNE chimie

Base légale

Date de décision	10/11/2021
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	10/11/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	18	0	94 %	76 %
2018	22	0	100 %	86 %
2017	13	0	100 %	92 %

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP40641

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Lien vers la formation Mastère spécialisée associée à la certification :

<https://masteres-specialises.audencia.com/programmes/mastere-specialise-marketing-design-et-creation/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36016/>