

Responsable en marketing, commercialisation et gestion

RNCP36677 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310m
Formacode(s)	34052, 34554, 32054
Code(s) ROME	M1701, M1705, M1204, M1707, D1407
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2027

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040**SUD MANAGEMENT · SIRET : 38980235600011**<http://www.sudmanagement.fr>**SUD'MANAGEMENT ENTREPRISES · SIRET : 38980220800014**<https://www.sudmanagement.fr/>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Présents dans tous les secteurs d'activité, les métiers liés au commerce et au marketing font partie des fonctions clés des entreprises. Leur rôle est de contribuer à

l'image de l'entreprise, à accroître sa notoriété, à fidéliser sa clientèle, à gagner des parts de marchés pour contribuer au développement du chiffre d'affaires et à la rentabilité de l'entreprise.

De nombreux facteurs influencent l'activité de l'entreprise : l'évolution des modes de vie et de consommation, le pouvoir d'achat des consommateurs, le contexte économique, l'internationalisation des marchés, les réglementations...

Actuellement l'entreprise évolue sur des marchés marqués par l'internationalisation des activités, mais aussi par l'accélération des évolutions technologiques et le développement du e-commerce.

Pour accompagner ces mutations, les métiers sont amenés à évoluer et particulièrement ceux du management et de l'encadrement intermédiaires vers des responsables en marketing, commercialisation et gestion de formation généraliste, capables de s'adapter rapidement aux besoins de l'entreprise et aux évolutions des marchés.

ACTIVITÉS VISÉES

Le responsable en marketing, commercialisation et gestion de par son orientation généraliste et son positionnement au sein du middle management (encadrement intermédiaire) :

- Participe à la définition de la stratégie marketing et en assure sa mise en œuvre dans toutes ses composantes (e-business, webmarketing)
- Contribue à la politique commerciale de l'entreprise en développant les ventes et en fidélisant les clients dans un contexte national ou international.
- Maîtrise les fondamentaux de la gestion budgétaire et analyse financière pour contribuer au pilotage de l'entreprise
- Assure le management d'équipe ou de projets sous la responsabilité de la direction.

Le responsable marketing, commercialisation et gestion est muni de larges compétences. Si les aspects commerciaux et marketing forment le cœur du métier, des compétences de management, économiques, de gestion et de communication sont nécessaires. Opérationnel, il doit répondre aux besoins actuels des entreprises et aussi s'adapter aux mutations des activités, que ce soit au sein d'une filiale de grande entreprise, d'une ETI, PME ou de sa

propre structure.

Polyvalent, le responsable peut évoluer dans des postes ou des secteurs d'activité différents, vers des postes d'encadrement en France ou à l'international.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Au moyen d'études de marché et de veille, élaborer un diagnostic externe et interne de l'offre de l'entreprise et en déduire des préconisations en terme de cibles marketing
- Contribuer aux choix des canaux et circuits de distribution et mettre en place les conditions de leur mobilisation
- Elaborer des préconisations en termes de communication et les mettre en œuvre, par cible et par canal
- Contribuer à concevoir et à piloter une stratégie de web marketing dans le respect du plan marketing global
- Communiquer en interne et en externe pour valoriser l'offre de l'entreprise, en maîtrisant tous les axes du plan et de la stratégie marketing
- Elaborer un plan d'actions commerciales et analyser les résultats d'activités pour en mesurer les performances
- Mener une négociation commerciale complète
- Participer au développement de l'activité à l'international
- Analyser un portefeuille clients et estimer son potentiel
- Concevoir et mettre en œuvre des actions de développement et de défense d'un portefeuille clients et assurer l'organisation opérationnelle et le suivi
- Analyser la performance et la santé financière d'une entité
- Repérer et analyser les indicateurs de gestion à mettre en place pour en assurer le contrôle
- Déployer les procédures et modes opératoires d'un système d'information de gestion
- Participer à établir un budget et à réaliser le suivi de l'activité
- Piloter un projet dans sa globalité
- Participer à la constitution d'une équipe
- Evaluer les résultats individuels et collectifs de son équipe, réaliser un reporting de l'activité
- Manager au quotidien

Blocs de compétences

RNCP36677BC01 — Contribuer à définir la stratégie marketing et assurer sa mise en œuvre

LISTE DE COMPÉTENCES

Maîtriser les méthodes et outils d'élaboration d'un diagnostic marketing

- Elaborer des préconisations sur le positionnement de l'offre et la cible marketing
- Identifier et mobiliser les réseaux, canaux et circuits de distribution
- Elaborer et mettre en œuvre un plan de communication
- Intégrer le digital pour une stratégie marketing pluri média
- Appréhender les notions de base de l'intelligence économique
- Promouvoir l'offre de l'entreprise en France et à l'international
- Communiquer en situation professionnelle interculturelle

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats

doivent présenter les productions suivantes :

Réaliser un dossier « Audit Marketing » comportant deux parties :

- Une analyse concurrentielle et de positionnement
- Des propositions d'évolution commentées
- Présenter et argumenter un Plan de communication préalablement élaboré en français et/ou en langue

Les candidats sont évalués sur les compétences professionnelles suivantes:

Savoir réaliser un diagnostic du positionnement de l'offre d'un produit d'entreprise dans son environnement par l'utilisation des outils de collecte et d'analyse. Les facteurs clés de succès et les avantages concurrentiels sont identifiés. Le positionnement de l'entreprise fait l'objet d'un rendu synthétique.

Savoir mettre en œuvre une stratégie de développement déterminée à l'aide d'un modèle théorique et évaluée à l'aide d'un tableau méthodologique.

Savoir évaluer l'offre et la demande par la segmentation et le ciblage des clients.

Présenter un plan de marchéage avec une stratégie adéquate pour chaque variable du mix (4p); un mix spécifique à chaque segment ciblé. Le plan dispose d'une cohérence d'ensemble.

Mobiliser les méthodes et outils utilisés pour un plan de communication, commenter et effectuer des préconisations, notamment digitales, dont la crédibilité repose aussi sur une évaluation réaliste des investissements et des objectifs à atteindre.

Présenter clairement une entreprise en faisant le lien entre stratégie marketing et le plan de communication.

RNCP36677BC02 — Participer à la politique commerciale et commercialiser l'offre de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Mener une négociation commerciale complète

- Définir un plan d'actions commerciales et mesurer sa performance
- Se positionner sur les marchés étrangers
- Gérer un portefeuille clients
- Mettre en œuvre des actions de prospection et de fidélisation de sa clientèle

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

Les candidats sont évalués sur les compétences professionnelles suivantes:

Savoir donner une définition réaliste d'objectifs commerciaux quantifiés à atteindre à partir de l'analyse du portefeuille client d'une entreprise.

Afficher une cohérence économique entre les moyens affectés et la performance attendue, ainsi qu'une rigueur dans le choix des outils de pilotage et de contrôle utilisés.

Respecter les étapes et les techniques de vente dans le cadre d'une négociation commerciale.

Adopter un comportement commercial adapté face à un client.

Comprendre son besoin et y répondre de manière crédible juridiquement et commercialement.

RNCP36677BC03 — Maîtriser les fondements de la gestion budgétaire et de l'analyse financière

LISTE DE COMPÉTENCES

- Déterminer le coût réel

d'un produit et sa rentabilité

- Analyser les documents comptables et financiers d'une entreprise
- Appréhender les règles fiscales, juridiques et comptables applicables à l'entreprise
- Appliquer une démarche d'amélioration continue à un système d'information de gestion
- Participer à l'élaboration du budget et assurer le suivi de l'activité

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

- Réaliser l'étude d'un dossier de « Comptabilité analytique et gestion budgétaire »
- Elaborer le diagnostic financier d'une entreprise

Les candidats sont évalués sur les compétences professionnelles suivantes:

Connaître le cadre juridique, fiscal et comptable applicable à l'entreprise.

Maîtriser les notions de calcul du coût de revient réel d'un produit ou d'un service.

Savoir commenter, argumenter des propositions chiffrées et utiliser de manière adéquate le vocabulaire des sciences de gestion.

Choisir de manière pertinente des données chiffrées pour définir et commenter un budget.

Proposer des actions correctives pertinentes.

Savoir commenter la situation financière d'une entreprise et effectuer un rapport de synthèse.

RNCP36677BC04 — Manager un projet, une activité, une équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

- Appréhender l'environnement économique de l'entreprise
- Piloter un projet dans sa globalité
- Manager une équipe au quotidien
- Animer et motiver son équipe au quotidien
- Optimiser les résultats individuels et collectifs de son équipe
- Affirmer son leadership et son efficacité personnelle

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

- Présenter un projet action réellement mis en œuvre au cours de la certification.

Les candidats sont évalués sur les compétences professionnelles suivantes:

Connaître et suivre les étapes de la conduite de projet.

Utiliser de manière adéquate les outils de la conduite de projet, dans son élaboration, son suivi et son évaluation finale.

Etre réaliste quant aux moyens nécessaires au projet et aux résultats à atteindre.

Savoir justifier de manière cohérente les résultats atteints, les difficultés rencontrées et les succès.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

En moyenne sur les 5 dernières promotions, les emplois sont occupés dans des entreprises de toutes tailles. Les postes occupés sont dans des PME, des ETI et grands groupes, des micro entreprises.

Tous les secteurs accueillent des certifiés. 4 secteurs ressortent régulièrement le service aux entreprises, le commerce de détail et la grande distribution, le secteur de la finance (dont Banque et assurances) et l'industrie (dont agroalimentaire).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Attaché commercial
- Chargé d'affaires export
- Chef de produits
- Chargé d'études marketing
- Responsable des ventes
- Manager de rayon
- Chargé de marketing, communication
- Responsable de la stratégie commerciale
- Assistant/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)	2 821 €
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) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	67 472
Jugés difficiles à recruter	39 %

Emplois saisonniers 3 %

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 R4X91 — Technico-commerciaux
--	---

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

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

Le jury, qui compte un minimum de 7 personnes qualifiées, est habilité à statuer de façon souveraine.

- Le Président, enseignant-chercheur, nommé par le Recteur d'Académie.
- Le Recteur d'Académie ou son représentant
- Le Directeur général de l'Etablissement
- Le Directeur du programme
- Le professeur permanent coordonnateur des disciplines de gestion en management
- Le professeur permanent coordonnateur des disciplines de gestion en marketing
- Le professeur permanent coordonnateur des disciplines de gestion en finance

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 7 217 €

Selon la branche 6 000 € – 7 995 €

Prise en charge	Branches concernées
7 217 €	Valeur par défaut · 183 branches
7 995 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE autoroutes, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms, CPNEF de la Publicité
7 131 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Import-Export
6 750 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP des industries des tuiles et briques
7 650 €	CNPE des sociétés financières
7 614 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
7 560 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 430 €	CPNEFP Professions de la Photographie
7 370 €	CPNEFP Mutualité

7 321 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
7 264 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe
7 170 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 118 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
6 736 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
6 440 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/08/2027

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP35841

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36677/>