

Diplôme supérieur en marketing, commerce et gestion

RNCP37229 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34052, 32054, 34554
Code(s) ROME	M1707, M1705, M1204, M1704, D1407
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

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA CORREZE - INISUP · SIRET : 13000770100043

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification "Diplôme Supérieur en Marketing, Commerce et Gestion" a pour vocation de certifier des collaborateurs répondant aux besoins des entreprises de toutes tailles et tous secteurs d'activités, en matière de développement des ventes, d'accroissement de la notoriété et de contribution au développement du chiffre d'affaires et de la rentabilité de l'entreprise. La certification a été créée pour répondre aux besoins des entreprises du territoire en matière de recrutement de collaborateurs polyvalents, autonomes, pouvant évoluer rapidement vers des responsabilités managériales.

ACTIVITÉS VISÉES

De par son orientation généraliste et son positionnement au sein de l'entreprise en encadrement intermédiaire, le certifié :

Contribue à définir la stratégie marketing et assure sa mise en œuvre :

- Analyse le positionnement d'une offre sur un marché national ou international
- Elabore des préconisations marketing
- Mets en œuvre le plan de communication

Participe à la politique commerciale et commercialise l'offre de l'entreprise :

- Elabore et mets en œuvre le plan d'actions commerciales
- Gère un portefeuille client
- Prospecte, négocie

Maîtrise les fondements de la gestion budgétaire et de l'analyse financière :

- Elabore un budget et le suit
- Etablit des indicateurs d'activités, de résultats, de performance, et les suit
- Etablit des comptes-rendus d'activités

Manage un projet, une activité, une équipe :

- Etablit le phasage d'un projet et analyse sa faisabilité
- Anime et motive une équipe
- Manage individuellement et collectivement.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le certifié est capable de :

- mener une analyse de l'environnement concurrentiel, pour un positionnement optimal sur son marché, en utilisant les méthodes et outils du marketing
- élaborer un plan marketing à partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise
- préciser le calendrier et les moyens nécessaires pour le déploiement de la stratégie à mettre en œuvre, afin d'atteindre les résultats fixés dans le plan marketing
- présenter et justifier auprès de sa direction un plan de communication qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits
- élaborer le budget prévisionnel pour l'opération en relation avec le service financier et les indicateurs de suivi
- repérer les orientations à privilégier pour l'élaboration d'un nouveau PAC, en relation avec les différentes directions de l'entreprise, et en tenant compte du plan marketing ainsi que des enseignements des précédents plans commerciaux et du potentiel de son portefeuille
- planifier un plan d'actions commerciales en priorisant les actions, les moyens et en définissant les outils de suivi
- mettre en œuvre un programme de prospection et de fidélisation dans le respect du plan d'actions
- préparer la négociation commerciale en identifiant l'adéquation possible entre les besoins du client et les capacités de réponses de l'entreprise
- structurer une proposition commerciale et préparer les documents supports de l'argumentaire afin de défendre l'offre devant le client
- conduire un entretien, en français ou dans un contexte international
- conclure une négociation en vérifiant l'accord du client sur les différents termes de la proposition commerciale, seul ou avec l'appui de son supérieur
- déterminer le coût réel d'un produit en identifiant toutes les charges de l'entreprise en collaboration avec les autres services de l'entreprise
- établir des indicateurs et tableaux de bord sur la performance générale attendue en intégrant les obligations légales et les engagements en termes de responsabilité sociale et sociétale
- contribuer à l'élaboration de rapports d'audit permettant de déterminer des actions correctives pour améliorer la rentabilité de l'entreprise
- participer à la constitution de son équipe en déterminant les ressources humaines nécessaires à son activité
- établir le phasage d'un projet et une analyse de faisabilité
- définir l'activité en répartissant les tâches et en précisant les résultats individuels attendus afin d'optimiser l'organisation de l'équipe .

Blocs de compétences

RNCP37229BC01 — Contribuer à définir la stratégie marketing et assurer la mise en oeuvre

LISTE DE COMPÉTENCES

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.

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

En formation initiale ou en alternance, les candidats doivent présenter les productions suivantes :

- Une épreuve écrite individuelle de 3.5 heures, à partir d'une étude de cas entreprise
- Réalisation d'un dossier Audit Marketing
- Argumentation en français et/ou dans une langue étrangère, d'un plan de communication préalablement élaboré avec une mise en situation, épreuve individuelle ou collective (4 personnes maximum), production orale 45 minutes.

En formation continue : mêmes épreuves ou portefeuille de preuves.

RNCP37229BC02 — Participer à la politique commerciale et commercialiser l'offre de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

A partir des objectifs à atteindre fixés par la direction, de la politique tarifaire de l'entreprise, de la réglementation et des moyens à sa disposition, mener les actions commerciales les plus pertinents pour maximiser les potentiels de sa zone/ produit.

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

En formation initiale les candidats doivent présenter les productions suivantes :

- Une épreuve écrite individuelle de 3.5 heures à partir d'une étude de cas entreprise : élaboration d'un plan de développement commercial.
- Mener une négociation commerciale complète, en français et/ou dans une langue étrangère.

Mise en situation, épreuve individuelle ou en binôme, production orale – 30 minutes.

En formation continue : mêmes épreuves ou portefeuille de preuves.

RNCP37229BC03 — Maîtriser les fondements de la gestion budgétaire et de l'analyse financière

LISTE DE COMPÉTENCES

Estimer la solidité financière d'une entreprise à partir de l'analyse de ses principaux indicateurs, et assurer la gestion d'une unité et le suivi de la performance attendue.

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

En formation initiale, les candidats doivent présenter les productions suivantes :

- Une épreuve écrite individuelle de 3.5 heures à partir d'une étude de cas entreprise de gestion budgétaire et comptable. Calculer le coût réel d'un produit, établir un budget prévisionnel
- Une épreuve orale individuelle ou en binôme de 30 minutes. Commenter la situation financière d'une entreprise.

En formation continue : mêmes épreuves ou portefeuille de preuves.

RNCP37229BC04 — Manager un projet, une activité, une équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

Dans un contexte hiérarchique ou non, organiser le travail d'une équipe et le planning en définissant les priorités et les actions à conduire, collaborer avec les services concernés (RH...) et effectuer des comptes-rendus auprès de sa hiérarchie.

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

En formation initiale les candidats doivent présenter les productions suivantes :

un projet-action réellement mis en œuvre au cours de la certification. Mise en situation, épreuve individuelle ou collective (4 personnes maximum), donnant lieu à une production écrite (dossier de présentation) et une soutenance orale de 45 minutes.

En formation continue : mêmes épreuves, ou portefeuille de preuves.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les emplois sont occupés dans les entreprises de toutes tailles et dans tous les secteurs d'activités. Cependant, la majorité des certifiés se retrouvent dans les emplois des secteurs du commerce de détail, des finances (secteur bancaire et assurances), des services aux entreprises et dans l'industrie agroalimentaire.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les titulaires de la certification occupent des emplois de :

- la fonction marketing : chargé d'études marketing, responsable produit, chargé de marketing digital
- la fonction commerciale : conseiller commercial, chargé de clientèle, chef de secteur, conseiller des ventes, responsable commercial
- la fonction gestion : assistant comptable, analyste de gestion d'entreprise, contrôleur de gestion junior, gestionnaire d'unité ou d'entreprise

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, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

La formation est accessible en formation initiale (temps plein ou alternance), continue et en VAE.

Primo-apprenant

- Pour une entrée en 1ère année : Baccalauréat toutes filières obtenu ou diplôme ou titre étranger admis en équivalence. L'admission s'effectue sur dossier et sur concours

- Pour une admission parallèle : l'admission s'effectue sur dossier, test de positionnement et entretien de motivation.

Salariés en formation continue 3 années d'expérience professionnelle et satisfaire aux épreuves de sélection de l'EGC de Brive. L'admission s'effectue sur dossier, test de positionnement et entretien de motivation

Dans le cadre d'une VAE répondre aux prérequis fixés par la loi.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Composition du jury de la délivrance de la certification, conformément à l'article 5 de l'Arrêté du 8 mars 2001 relatif aux diplômes délivrés par les établissements d'enseignement supérieur technique privés et consulaire reconnus par l'Etat - JORF du 16 mars 2001 :

- Président et Vice Président : enseignant-chercheur désigné par le Recteur de l'Académie de Limoges
- Le recteur de l'académie de Limoges ou son représentant avec voix consultative
- Le Directeur de l'EGC Brive représentant de l'école
- Un représentant des salariés
- Un représentant des employeurs

Base légale

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

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	26	—	85 %	—
2020	17	—	47 %	—
2019	14	—	43 %	100 %

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP41192

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.correze.cci.fr/ecole-de-gestion-et-de-commerce.html>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37229/>