

Programme Grande Ecole

RNCP37714 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DipViGrM — Diplôme visé grade de master
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34566, 34573
Code(s) ROME	E1401, M1703, M1707, M1705, M1704
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2026

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

INSTITUT DE GESTION SOCIALE (IGS) · SIRET : 31249509600157

INSTITUT INTERNATIONAL DU COMMERCE ET DU DEVELOPPEMENT · SIRET : 31814740200099

Partenaires habilités

6 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 6 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
GROUPE IGS - CIEFA	33264146300051	Former et organiser l'évaluation
ICD	31249509600231	Former et organiser l'évaluation
ICD	31249509600371	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE GESTION SOCIALE	31249509600140	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE GESTION SOCIALE	31249509600165	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE GESTION SOCIALE	31249509600173	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire du diplôme visé Grade de Master Programme Grande Ecole peut exercer des fonctions d'encadrement et/ou d'expertise dans les domaines du management, du développement commercial, du marketing, de la communication, des achats.

Le diplôme atteste l'acquisition d'un socle de connaissances et de compétences majoritairement adossées à la recherche dans les champs disciplinaires évoqués ci-dessus.

ACTIVITÉS VISÉES

La chaîne de valeur de la fonction commerciale est au cœur des finalités d'apprentissage du programme : du marketing de l'offre jusqu'au management de la relation client, en passant par le management des comptes clés, le management des réseaux de distribution et le marketing opérationnel. Ainsi, les activités visées sont-elles :

- Participation au développement d'actions stratégiques relatives au marketing
- Gestion d'une offre de produits ou services

- Contrôle de l'évolution des marchés et veille concurrentielle
- Etude et analyse du comportement du consommateur
- Gestion de la communication des marques et de l'entreprise
- Management des équipes marketing et commerciales de l'entreprise
- Compréhension des nouveaux outils utilisés en marketing
- Intégration du digital dans l'ensemble des activités et développement de solutions innovantes en digital marketing
- Développement d'approches commerciales innovantes

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences transversales :

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine
- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère
- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en oeuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de Responsabilité environnementale

Compétences spécifiques :

- Déployer dans l'organisation un système de veille pour élaborer et mettre en oeuvre la stratégie commerciale et marketing :

Etre dans une posture de recherche continue d'informations sur son environnement pour repérer notamment les signaux faibles

Développer un réseau afin de se tenir informé sur son environnement

Suivre les évolutions de l'éco-système impliquant les acteurs directs et indirects en relation avec l'organisation

Construire une démarche prospective relative à ses domaines d'intervention

Identifier les menaces, les opportunités, les tendances

- Décliner la vision stratégique de l'entreprise en plans d'actions opérationnels pour piloter l'activité :

Comprendre la vision stratégique de l'entreprise pour préciser ses orientations et objectifs et les traduire en un business-plan

Evaluer les attentes des cibles via des études de marché, des analyses de positionnement, de la veille concurrentielle

Superviser et gérer les moyens (organisationnels, techniques, humains, financiers, logistiques, etc.) pour réaliser les objectifs fixés et évaluer les résultats individuels et collectifs

Animer au quotidien et organiser le travail de l'équipe, conduire des réunions et susciter l'adhésion et la motivation de son équipe

- Mesurer les performances attendues en mobilisant les systèmes d'information de l'organisation

Calculer les indicateurs de performance quantitatifs et qualitatifs relatifs à la politique commerciale, marketing,

fournisseurs :

Collecter, organiser et analyser les données marketing et commerciales pour élaborer des plans d'action

Définir la démarche qualité pour fidéliser le portefeuille-client

Garantir le respect des réglementations liées aux systèmes d'information, au numérique et aux données.

- Promouvoir un produit, un service ou une marque en suscitant l'adhésion durable des clients, partenaires, fournisseurs, et en interne :

Elaborer la stratégie de marketing en cohérence avec la stratégie générale de l'entreprise, en s'appuyant sur les études et analyses menées ainsi que sur les données collectées

En interne, développer des actions destinées à fédérer les employés autour de l'identité, des valeurs et de l'actualité de l'entreprise ainsi qu'à accompagner les changements

Elaborer et mettre en oeuvre les plans de marketing et de communication online et offline

Surveiller la réputation et l'e-réputation de l'entreprise

Conseiller et accompagner la gestion des situations de crise

- Innover pour développer des solutions nouvelles au sein de démarches de projet collaboratives

Organiser les grandes étapes du projet et établir un phasage

Identifier les opportunités de croissance et de développement avec une posture d'innovation

Savoir accompagner les transformations

Mobiliser des ressources financières et humaines pour développer et accompagner l'innovation

- Concevoir et déployer les outils et organiser les process "Centrés-clients"

Mener une veille permanente sur l'évolution des outils numériques au service du marketing, de la relation-client, de la relation-fournisseur

Identifier et fédérer les attentes des acteurs externes : clients, usagers, fournisseurs

Identifier les canaux pour collecter l'information relative au comportement des clients ou des fournisseurs

Concevoir des outils de mesure d'audience et/ou statistiques pour améliorer la relation client ou relation-fournisseur et développer de nouvelles offres

Blocs de compétences

RNCP37714BC01 — Déployer dans l'organisation un système de veille pour élaborer et mettre en oeuvre la stratégie commerciale et marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

- Concevoir un dispositif de veille informationnel sur son environnement pour repérer notamment les signaux faibles
- Développer un réseau afin de se tenir informé sur son environnement
- Mesurer et analyser les évolutions de l' éco-système impliquant les acteurs directs et indirects en relation avec l'organisation
- Construire une démarche prospective relative à ses domaines d'intervention
- Identifier et analyser les menaces, les opportunités, les tendances du marché

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP37714BC02 — Décliner la vision stratégique de l'entreprise en plans d'actions opérationnels pour piloter l'activité

LISTE DE COMPÉTENCES

- Décliner la vision stratégique de l'entreprise en orientations et objectifs opérationnels pour les traduire en un business-plan
- Evaluer les attentes des cibles via des études de marché, des analyses de positionnement, de la veille concurrentielle
- Superviser et gérer les moyens (organisationnels, techniques, humains, financiers, logistiques, etc.) pour réaliser les objectifs fixés et évaluer les résultats individuels et collectifs
- Animer au quotidien et organiser le travail de l'équipe, conduire des réunions et susciter l'adhésion et la motivation de son équipe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP37714BC03 — Mesurer les performances attendues en mobilisant les systèmes d'information de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

- Calculer les indicateurs de performance quantitatifs et qualitatifs relatifs à la politique commerciale, marketing, fournisseurs
- Collecter, organiser et analyser les données marketing et commerciales pour élaborer des plans d'action
- Définir la démarche qualité pour fidéliser le portefeuille-client
- Concevoir et déployer le dispositif garantissant le respect des réglementations liées aux systèmes d'information, au numérique et aux données.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP37714BC04 — Promouvoir un produit, un service ou une marque en suscitant l'adhésion durable des clients, partenaires, fournisseurs, et en interne

LISTE DE COMPÉTENCES

- Elaborer la stratégie de marketing en cohérence avec la stratégie générale de l'entreprise, en s'appuyant sur les études et analyses menées ainsi que sur les données collectées
- En interne, développer des actions destinées à fédérer les employés autour de l'identité, des valeurs et de l'actualité de l'entreprise ainsi qu'à accompagner les changements
- Elaborer et mettre en oeuvre les plans de marketing et de communication online et offline
- Concevoir et mettre en oeuvre une veille relative à la réputation et l'e-réputation de l'entreprise
- Conseiller et accompagner la gestion des situations de crise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP37714BC05 — Développer des solutions innovantes au sein de démarches de projet collaboratives

LISTE DE COMPÉTENCES

- Organiser les grandes étapes du projet et établir un phasage
- Identifier les opportunités de croissance et de développement dans une démarche d'innovation.
- Concevoir et mettre en oeuvre un dispositif d'accompagnement des transformations
- Evaluer les ressources financières, technologiques, et humaines pour développer et accompagner l'innovation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP37714BC06 — Concevoir et déployer les outils et organiser les process "Centrés-clients"

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mener une veille permanente sur l'évolution des outils numériques au service du marketing, de la relation-client, de la relation-fournisseur
- Créer un écosystème fédérant les attentes des parties prenantes (clients, usagers, fournisseurs).

- Identifier les canaux pour collecter l'information relative au comportement des clients ou des fournisseurs
- Concevoir des outils de mesure d'audience et/ou statistiques pour améliorer la relation client ou relation-fournisseur et développer de nouvelles offres

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP37714BC07 — Usages avancés et spécialisés des outils numériques

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le marketing et la relation-client
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP37714BC08 — Développement et intégration de savoirs hautement spécialisés

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rédaction et soutenance d'un mémoire de recherche

RNCP37714BC09 — Développement et intégration de savoirs hautement spécialisés

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans une langue étrangère

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le mémoire de recherche fait l'objet d'une remise d'un écrit et d'une soutenance orale. La validation de chacun des deux exercices conditionne la réussite à l'épreuve et la délivrance du diplôme.

Pour les autres modules au sein de cette compétence : épreuve orale individuelle,

RNCP37714BC10 — Appui à la transformation en contexte professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en oeuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif

- Analyser ses actions en situation professionnelle pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs d'activités, principalement en commerce, vente et marketing. Le titulaire du diplômé peut également exercer une activité, toujours dans un cadre commercial et marketing, tournée vers le management de projets artistiques, culturels et événementiels.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef de projet e-business,
 Responsables marketing on line,
 Consultant marketing web et e-commerce,
 Responsable affiliation,
 Community manager,
 Export area manager,
 International Purchaser,
 International Affairs Engineer,
 Global Business Developer,
 International Product Manager,
 Executive Director of MNCs, Worldwide Rep-office,
 Responsable grands comptes,
 Responsable de grands clients au niveau national ou international,
 Responsable de projet,
 Négociateur de haut niveau,
 Directeur de filiales,
 Directeur commercial, Ingénieur commercial,
 Chefs de projet culturel et artistique,
 Cadre d'institution culturelle et/ou artistique,
 Conseiller artistique en entreprise,
 Chef de projet événementiel,
 Responsable du développement de la politique culturelle d'une Fondation,
 Expertise artistique et financière,
 Acheteur d'Art,
 Agent d'artiste et de collectif,
 Consultant GRC,
 Responsable base de données,
 Responsable centre d'appels,
 Responsable service clients/consommateurs,
 Responsable marketing direct / marketing relationnel,
 Chef de projet GRC,
 Responsable fidélisation,
 Responsable des ventes,
 Responsable Marketing,
 Chargé d'études marketing,
 Chef de produit,
 Responsable de communication,
 Responsable promotion des ventes,
 Responsable trade marketing,

Chef de secteur,
Directeur de magasin, d'agence,
Responsable du développement d'enseigne,
Animateur de réseau,
Responsable des achats,
Category manager

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)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 950 €
Familles professionnelles (FAP)	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) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	16 808
Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	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 U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS
Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION
La formation est ouverte aux titulaires d'un diplôme ou titre de niveau 6, ou aux titulaires ayant validé 60 ECTS d'une première année de formation après le grade licence, d'un parcours Master ou à grade Master.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE
Jury national, dont les membres sont nommés par le Recteur, composé d'un représentant du Recteur de l'Académie de Paris, du Président et du Vice - Président, des membres de la Direction, d'enseignants-chercheurs, de membres de l'équipe enseignante (professionnels) et de représentants du monde professionnel extérieurs.
Pour cette dernière catégorie, les enseignants-chercheurs comptent pour 50%

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	10 218 €
Selon la branche	6 500 € – 11 630 €
Prise en charge	Branches concernées
10 218 €	Valeur par défaut · 165 branches
11 630 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE Branche ITV, CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé, CPNE industries alimentaires diverses, CPNE-FP de l'Esthétique
9 840 €	CPNE Personnel navigant technique des exploitants d'hélicoptères, CPNE Transport aérien : personnel au sol, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP Mareyage-salaison
10 300 €	CPNE Banque, CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire
10 000 €	CPNE de l'immobilier, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique
9 890 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation, CPNEFP des commerces de gros
9 000 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE des industries de santé (CPNEIS)
8 668 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
6 500 €	CPNE de la Plasturgie et des Composites, CPNEF inter-secteurs papier carton
11 628 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
11 593 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
11 565 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
11 511 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
11 425 €	CPNE des Télécoms
11 196 €	CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
11 128 €	CPNFPE des sociétés d'assurances
10 500 €	CPNEFP du Crédit Mutuel
10 135 €	CPNEFP Import-Export
9 604 €	CPNEFP Sports Loisirs
9 279 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 600 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 500 €	CPNE Branche Caoutchouc
8 000 €	CPNE chimie
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2026
Date de dernière délivrance possible	31/08/2030

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP23500

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42298

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<http://www.icd-ecoles.com>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37714/>