

Programme Grande Ecole

RNCP38092 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DipViGrM — Diplôme visé grade de master
Code(s) NSF	300, 310, 312
Formacode(s)	34054, 46347, 46302
Code(s) ROME	M1706, D1406, M1703, M1205
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

ISTEC · SIRET : 90023572200023

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Cadre généraliste :

Le titulaire de la fonction est un cadre polyvalent qui peut être amené à effectuer des actions commerciales, de marketing, de communication et de gestion d'entreprise. Il peut également exercer des activités de management des ressources humaines.

Cadre spécialiste :

En tant que spécialiste en marketing il peut intervenir en marketing opérationnel, marketing et management de l'événementiel ou le marketing international du luxe (élaboration, mise en œuvre et suivi des politiques marketings). En tant que spécialiste en communication d'entreprise, il conçoit et développe des politiques et des actions de communication internes ou externes. Le spécialiste en développement peut évoluer à l'international, en entrepreneuriat ou en développement durable (création d'entreprise notamment dans un contexte international, identification des enjeux liés au développement durable). En tant que spécialiste de la gestion et de l'administration de l'entreprise, il pilote les grands projets en lien avec la stratégie de l'entreprise. Le spécialiste en management est amené à impulser et à mettre en œuvre une politique des ressources humaines en lien direct avec la stratégie de l'entreprise.

ACTIVITÉS VISÉES

1. Connaître des outils de micro-management (rémunération, recrutement, évaluation...) ; connaître les différentes parties prenantes de l'entreprise et pouvoir identifier leurs enjeux, stratégies d'action ; posséder une vision historique et problématisée de l'entreprise et de son rôle dans la société.
2. Monter un projet de sa conception à sa promotion ; élaborer un business model et monter un business plan ; maîtriser les bases du droit des sociétés ; maîtriser la démarche ante-crédation d'entreprise.
3. Réaliser une étude sectorielle, une étude de marché et une étude marketing par la mobilisation des outils appropriés (argumentaire de vente, prospection, plans marketing, de communication, d'actions commerciales...) ; manager une équipe ; posséder des notions liées au commerce international ; manier l'anglais ; connaître les spécificités des stratégies marketing par secteur, le commerce électronique, le développement durable et ses répercussions sur les stratégies marketing.
4. Comprendre et analyser l'environnement concurrentiel ; maîtriser le déploiement de la Business Strategy au sein d'une filiale ou d'une Business Unit ; gérer un portefeuille d'activités stratégiques ; avoir des éléments de

compréhension du dispositif de Supply chain.

5. Exploiter les dispositifs comptables et analytiques et les outils financiers indispensables au management de l'entreprise (contrôle de gestion, investissement, optimisation de la trésorerie...) ; évaluer les performances d'une entreprise, d'élaborer des stratégies financières.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers
- Manager des projets numériques et leurs impacts sur les organisations
- Élaborer et structurer une stratégie marketing – vente
- Réaliser une étude de marché, une étude marketing
- Appréhender les stratégies de distribution omnicanal, e-commerce...
- Concevoir une politique de relation client,
- Élaborer, gérer et contrôler le budget d'un plan marketing opérationnel et d'un plan d'action commerciale
- Manager une équipe, une force de vente
- Formaliser une politique globale de communication d'entreprise dans le cadre d'une stratégie corporate,
- Concevoir et mettre en œuvre un plan d'action Media et Réseaux Sociaux,
- Développer une stratégie de marque,
- Élaborer et réaliser actions événementielles
- Gérer la e-réputation et la communication de crise de l'entreprise
- Concevoir et réaliser des sites web performants
- Élaborer l'ensemble du processus de recrutement et transmettre les informations nécessaires à la compréhension des différents outils de rémunération.
- Élaborer des outils d'évaluation des compétences / approche compétences (GEPP) / et les mettre en œuvre au sein d'une organisation.
- Connaître les différentes instances représentatives du personnel et leurs implications au sein de l'entreprise.
- Comprendre les caractéristiques de la marque employeur et les appliquer.
- Comprendre et exploiter les états financiers, les ratios de la finance d'entreprise,
- Réaliser l'analyser financière globale d'une entreprise et son évaluation
- Appréhender les enjeux de la finance éthique
- Élaborer un business plan précis et le commenter
- Concevoir et mettre en œuvre un projet entrepreneurial
- Pratiquer couramment l'anglais des affaires, à l'écrit et à l'oral,
- Intégrer les enjeux de la RSE et de l'économie sociale et solidaire, de la transformation numérique des entreprises, des nouveaux modes de consommation, conduisant à l'émergence de nouveaux modèles d'affaires.
- Comprendre le système d'information de l'entreprise et ses évolutions.

Compétences spécifiques

Dans le cadre de la spécialisation « Évènementiel, industries créatives et culturelles » :

- Comprendre la place de l'évènementiel dans une stratégie de communication et de formuler des propositions d'événements (sportifs, culturels, ou pour le compte d'une entreprise) en cohérence avec l'image et le but du commanditaire.
- Participer de façon autonome ou organiser un événement interne ou externe à l'entreprise aux différents stades opérationnels de son déroulement : conception (élaboration du brief ou réponse au brief, choix du site, idées créatives), mise en œuvre (commercialisation, communication, logistique, gestion de projet, budget/financement), évaluation (bilan, analyse des retombées).
- Arrêter le montage financier d'une opération en incluant les possibilités de sponsoring et de mécénat.

Dans le cadre de la spécialisation « Luxury and customer care » :

- Maîtriser les fondamentaux, appliqués au Luxe et dans un contexte international, notamment dans les domaines suivants : marketing/développement produits, distribution (différents réseaux, traitement du client), communication, et gestion (droit, finance).
- Apprécier les caractéristiques - communes et différentes - des principaux secteurs du Luxe.
- Mettre en perspective ses connaissances du Luxe dans un cadre historique, culturel et sociologique et percevoir les « codes » de ce secteur d'activités.

Dans le cadre de la spécialisation « Digital, data et e-commerce » :

- Analyser et de comprendre de manière opérationnelle la problématique marketing/marketing stratégique de l'entreprise (segmentation, ciblage, positionnement concurrentiel, marketing-mix).

- Concevoir des plans d'actions marketing/communication de nature à développer les ventes de l'entreprise.
- Mettre en place et suivre un budget marketing/communication (maîtrise des enjeux budgétaires et des outils de pilotage associés).
- Comprendre les enjeux du marketing stratégique et opérationnel d'une entreprise et piloter l'écosystème digital de l'entreprise.
- Comprendre et analyser les comportements des internautes, de créer et gérer des sites web performants, de maîtriser la distribution omnicanal.
- Développer une stratégie de marque sur le web et de manager des projets de développement numériques.
- Dans le cadre de la spécialisation « Entrepreneuriat et business développement » :
- Concevoir et mettre en œuvre un projet entrepreneurial et/ou d'intrapreneuriat.
- Identifier des nouveaux modèles d'affaires en France ou à l'étranger.
- Construire son business plan en maîtrisant les principaux indicateurs de pilotage d'une entreprise.
- Comprendre la stratégie et les attentes des clients afin d'élaborer une réponse adaptée et attractive.
- Maîtriser la chaîne de valeur de l'écosystème du projet (approvisionnement, achats, production, marketing, communication, commercialisation, vente), tout en tenant compte des impératifs RSE et environnementaux
- Dans le cadre de la spécialisation « e-Santé et silver economy » :
- Connaître les acteurs du secteur de la santé (institutionnels, privés, associatifs et publics),
- Comprendre les business model spécifiques de la filière santé en tenant compte des enjeux éthiques liés notamment au grand âge,
- Adapter ses actions Marketing, Communication, vente à un secteur fortement régulé,
- Appréhender les changements de stratégies du secteur de la santé et de la e-santé,
- Piloter un projet dans le secteur de la santé en intégrant toutes les connaissances spécifiques

Blocs de compétences

RNCP38092BC01 — S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques

LISTE DE COMPÉTENCES

- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers
- Préparation aux certifications numériques

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des cours renvoyant au bloc de compétences.

Évaluations sommatives des compétences démontrées lors d'un travail individuel ou de groupe ou sur différents projets (étude sectorielle, étude de marché, étude marketing) par la mobilisation des connaissances et la construction d'outils appropriés : argumentaire de vente, prospection, plans marketing, d'actions commerciales etc.

Par des études de cas, évaluation de la capacité de l'étudiant à utiliser les outils de micro-management (rémunération, recrutement, évaluation etc.)

Par l'appui d'exercices et la validation des certifications le cas échéant, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les outils numériques.

RNCP38092BC02 — Concevoir, formaliser et mettre en œuvre la stratégie marketing - vente globale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer et structurer une stratégie marketing – vente

Réaliser une étude de marché, une étude marketing

Appréhender les stratégies de distribution omnicanal, e-commerce...

Concevoir une politique de relation client,

Élaborer, gérer et contrôler le budget d'un plan marketing opérationnel et d'un plan d'action commerciale

Manager une équipe, une force de vente

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continue des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des cours renvoyant au bloc de compétences.

Évaluations sommatives des compétences démontrées lors d'un travail individuel ou de groupe ou sur différents projets (étude sectorielle, étude de marché, étude marketing) par la mobilisation des connaissances et la construction

d'outils appropriés : argumentaire de vente, prospection, plans marketing, d'actions commerciales etc.
Par des études de cas, évaluation de la capacité de l'étudiant à utiliser les outils de micro-management (rémunération, recrutement, évaluation etc.)
Par l'appui de QCM, d'exercices, de Quiz et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises.
Par ces projets, l'étudiant démontre qu'il est en mesure de concevoir des outils marketing pertinents. Il doit utiliser ses connaissances et démontrer sa capacité d'analyse.
Par la pratique, l'apprenant démontre ses capacités managériales d'une équipe commerciale ou de force de ventes.

RNCP38092BC03 — Concevoir et mettre en œuvre la stratégie de communication de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Formaliser une politique globale de communication d'entreprise dans le cadre d'une stratégie corporate,
Concevoir et mettre en œuvre un plan d'action Media et Réseaux Sociaux,
Développer une stratégie de marque,
Élaborer et réaliser actions événementielles
Gérer la e-réputation et la communication de crise de l'entreprise
Concevoir et réaliser des sites web performants

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continue des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des COURS renvoyant au bloc de compétences.
Évaluations sommatives des compétences démontrées lors d'un travail de groupe sur différents projets : élaboration d'une stratégie de communication, planification et gestion d'un événement, d'une campagne publicitaire, création de site web,
Par l'appui de QCM, d'exercices, de Quiz et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises.
Par ces projets, l'étudiant démontre qu'il est en mesure de concevoir des outils de communication pertinents. Il doit utiliser ses connaissances et démontrer sa capacité d'analyse.

RNCP38092BC04 — Concevoir et manager les outils RH dans l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer l'ensemble du processus de recrutement et transmettre les informations nécessaires à la compréhension des différents outils de rémunération.
Élaborer des outils d'évaluation des compétences / approche compétences (GEPP) / et les mettre en œuvre au sein d'une organisation.
Connaître les différentes instances représentatives du personnel et leurs implications au sein de l'entreprise.
Comprendre les caractéristiques de la marque employeur et la mettre en œuvre.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continue des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des COURS renvoyant au bloc de compétences.
Évaluations sommatives des compétences démontrées lors d'un travail de groupe sur différents projets : élaboration d'un process de recrutement et d'outils de rémunération.
Par l'appui de QCM, d'exercices, de Quiz et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises.
Par ces projets, l'étudiant démontre qu'il est en mesure de concevoir des outils de gestion des compétences au sein d'une entreprise. Il doit utiliser ses connaissances et démontrer sa capacité d'analyse.

RNCP38092BC05 — Maîtriser les principales applications de la finance d'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Comprendre et exploiter les états financiers, les ratios de la finance d'entreprise,
Réaliser l'analyser financière globale d'une entreprise et son évaluation
Appréhender les enjeux de la finance éthique
Élaborer un business plan précis et le commenter

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continue des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des COURS renvoyant au bloc de

compétences.

Par des mises en situation professionnelle doit l'apprenant doit exploiter les dispositifs comptables et analytiques et les outils financiers indispensables au management de l'entreprise (contrôle de gestion, investissement, optimisation de la trésorerie...). Il doit être en mesure d'évaluer les performances d'une entreprise et d'élaborer des stratégies financières.

Par l'appui de QCM, d'exercices, de Quiz

et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises.

L'apprenant doit démontrer sa capacité à construire et commenter devant un jury un business plan complet.

RNCP38092BC06 — Traduire les enjeux Développement Durable dans le modèle d'affaires des organisations pour accompagner la transition écologique et sociale

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une veille efficace sur les stratégies d'adaptation au changement climatique, les innovations techniques et leurs limites ainsi que les innovations sociales.

Déterminer les impacts sociaux et environnementaux de l'organisation et de ses produits/services.

Utiliser les principaux outils et méthodologies d'opérationnalisation de la RSE afin de construire des indicateurs pertinents en lien avec les objectifs de développement durable de l'ONU;

Identifier les leviers pour aller vers plus de circularité.

Mettre en œuvre une démarche de management éthique et inclusif.

Communiquer et valoriser les stratégies et pratiques de responsabilité sociétale afin de sensibiliser les membres de son organisation aux enjeux DD et à leurs impacts pour l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Par l'appui de QCM, d'exercices, de Quiz et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises.

L'apprenant doit démontrer sa capacité à comprendre la complexité de la durabilité en développant une pensée systémique et critique.

Il doit démontrer sa capacité à agir pour la durabilité en intégrant des contraintes (respect des normes environnementales, des règles juridiques, technologiques etc.).

RNCP38092BC07 — Développer et intégrer des savoirs hautement spécialisés

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier et sélectionner les différents types de données, sources d'information et références utiles pour produire l'analyse.

Analyser plusieurs ressources afin de documenter un sujet dans son domaine de spécialité (marketing, RH, etc.).

Synthétiser des données en vue de leur exploitation.

Mener une restitution en contexte professionnel.

Identifier des solutions prenant en compte les enjeux et la complexité d'une situation professionnelle et bâtir une argumentation en lien avec les spécificités de son domaine de spécialité afin de présenter des solutions adaptées et/ou innovantes pour l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le mémoire de recherche de fin d'études, démontre l'aptitude des apprenants à exposer et analyser par écrit la problématique retenue en mobilisant une méthodologie adaptée de recherche leur permettant de collecter des données et de les analyser. Ils doivent ensuite présenter de façon claire et convaincante leurs travaux à l'oral devant un jury composé d'intervenants (académiques et professionnels) au sein de la certification.

À travers son mémoire de recherche de fin d'études l'apprenant prouve sa capacité à mener une réflexion structurée, complexe et à proposer des préconisations précises et professionnelles.

Le mémoire et la soutenance sont évalués par un jury de professeurs et de professionnels.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire du diplôme travaille en entreprise, en agence ou en cabinet de conseil principalement dans les secteurs du management, commercial, marketing et communication.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Au sein des marques : chef de produit, responsable marketing stratégique, opérationnel ou digital, responsable commercial, responsable communication, responsable marché, marketer direct BtoB, web marketer BtoB, responsable marketing opérationnel, area manager, responsable distribution et prescription, responsable grands comptes, responsable achats, responsable produit, responsable communication produits ou corporate.

En entreprise, agence ou institution : brand content, sponsoring, événementiel, chargé de communication, chargé de webmarketing, responsable de marque, infographiste, responsable e-boutique, gestionnaire de sites web, community manager, consultant/expert en référencement SEO/SEA et SMO, consultant e-business, planning stratégist, corporate identity, expérience utilisateur, communication expérientielle, ambient designer, responsable « sourcing » et « procurement » internationaux, responsable achats, supply chain manager, responsable production-méthodes, responsable amélioration continue-Lean, etc.

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)	2 813 €
Familles professionnelles (FAP)	L2X61 — Agents administratifs · tension 1/5 (Très faible) 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) 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	48 143
Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	8 %
Familles professionnelles (FAP)	L2X61 — Agents administratifs L4X81 — Techniciens et agents de maîtrise des services financiers ou comptables L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) 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

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

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

Représentants du ministère et du rectorat

+ 50% représentant de l'organisme et 50% représentant professionnel

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	9 840 €
Selon la branche	6 500 € – 11 500 €
Prise en charge	Branches concernées
9 840 €	Valeur par défaut · 181 branches
11 500 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE des Télécoms, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNE du négoce et de l'industrie des produits du sol, engrais et produits connexes, CPNE industries alimentaires diverses
9 855 €	CPNE Travail Temporaire, CPNEF de la Branche des organismes de formation, CPNEFP des commerces de gros
8 668 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
8 500 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
10 135 €	CPNEFP Import-Export
10 000 €	CPNE de l'immobilier
9 800 €	CPNE Banque
9 600 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
9 300 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
9 279 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
9 000 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
8 900 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
8 700 €	CPNEFP des jardineries et graineteries
8 600 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 583 €	CPNEFP Commerce à distance
8 118 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
8 000 €	CPNE chimie
7 700 €	CPNE des agents généraux d'assurance
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie
6 500 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2026
Date de dernière délivrance possible	31/08/2029

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34892

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42391

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38092/>