

Diplôme d'études supérieures en commerce et management opérationnel

RNCP38753 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	32110, 32047, 32024, 34254, 34093
Code(s) ROME	D1402, D1406, M1704, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2029

Certificateur(s)

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

ASS FONDATEURS PROTECT INST CATHO LYON · SIRET : 32693006200145

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire de la certification est un responsable opérationnel plurivalent en gestion en mesure d'évoluer et de prendre des décisions dans un monde complexe, globalisé et responsable. Il construit l'offre produit et le plan d'actions commerciales en fonction des nouveaux comportements des consommateurs en France et à l'international. Il s'assure de l'atteinte des objectifs stratégiques et est capable de mettre en œuvre des mesures correctrices. Responsable de business units, d'un service marketing/commercial ou d'un centre de profit, il pilote le budget et manage une équipe et les risques associés à son activité quel que soit le secteur d'activité.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse de l'environnement interne et externe de l'organisation pour identifier des opportunités de développement
Construction d'une offre commerciale responsable
Mesure de la performance
Développement d'un plan d'actions à l'international
Gestion et optimisation du parcours client
Intégration des nouvelles technologies dans un environnement innovant et durable
Intégration des dimensions éthiques et responsables
Construction du projet professionnel
Prise des décisions dans un environnement complexe
Développement d'un projet entrepreneurial et/ou intrapreneurial
Contrôle de la performance dans le respect des règles, pratiques et normes
Management opérationnel d'une équipe

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Comprendre l'éco-système du monde des affaires et en assurer une veille les plans géopolitique, sociologique, économique, écologique et environnemental
- Anticiper les futurs possibles du monde des affaires afin d'en détecter les menaces, les opportunités, les tendances, les risques possibles
- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.

- Exploiter et analyser les données de la veille afin de réaliser un diagnostic interne et externe
- Segmenter un marché pour déterminer les cibles de clients potentiels et choisir un positionnement produit
- Analyser le marketing mix afin d'améliorer et/ou développer le plan marketing/commercial opérationnel en fonction des évolutions et des tendances de marchés
- Elaborer une offre de produits/services responsable (gamme, prix, caractéristiques, conditionnement, ...) en tenant compte du positionnement de la marque et des tendances de consommation
- Concevoir un plan de communication responsable et des campagnes promotionnelles adapté au lancement d'un nouveau produit
- Définir, piloter et adapter le plan d'actions commerciales opérationnel (objectifs et moyens à mettre en œuvre)
- Préparer les outils collaboratifs de reporting et d'indicateurs en centralisant les données dans un tableau de bord de pilotage de la performance permettant d'évaluer la contribution de chaque produits/services/centres de profits... et d'identifier les critères d'alerte en cas d'écart avec les objectifs
- Ajuster le plan d'action commercial à partir de l'analyse des tableaux de bords pour justifier si nécessaire le lancement de nouvelles actions commerciales pour atteindre les objectifs
- Identifier les opportunités à partir de l'analyse de la concurrence sur un marché cible à l'international
- Sélectionner les produits en fonction des besoins et des habitudes de consommation locales
- Etablir une analyse des risques pays présentant les spécificités (conditions de travail, culturelles, approvisionnement, ...) locales
- Evaluer les conditions d'implantation et de distribution sur le marché international
- Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère.
- Assurer la distribution directe et indirecte des produits pour l'ensemble des clients en sélectionnant les circuits en fonction de leurs caractéristiques et de l'offre produit
- Mettre en place une stratégie de distribution digitale en coordonnant les acteurs web, en tenant compte du comportement et des différences entre les consommateurs
- Optimiser la valeur client et la segmentation de la clientèle en concevant et en pilotant des programmes de fidélisation
- Développer et mesurer la qualité de la relation client afin d'améliorer l'expérience vécue sur tout type de canal, en particulier via les TIC
- Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe
- Explorer les effets des technologies émergentes et du digital sur les usagers et les différentes parties prenantes afin de transformer éthiquement et durablement le modèle d'affaires
- Appliquer les nouvelles technologies, méthodes et outils pour faire évoluer les composantes du modèle d'affaires durable
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité, sociale, sociétale et environnementale
- Illustrer à l'aide d'exemples de produits/services/organisations quelques grands types de modèles d'affaires (économie circulaire, innovation frugale, innovation responsable...)
- Expliciter les équilibres et les limites de notre monde par une approche systémique au travers des 17 ODD et de leurs interactions
- Identifier les conséquences des décisions et actions managériales sur les ODD
- Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis de la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique
- Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
- Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet
- Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs
- Développer une argumentation avec esprit critique
- Identifier et apprécier les opportunités de développement pour une innovation, une idée ou une nouvelle activité
- Construire un business model complet (création de valeur, parties prenantes, clients, canaux, business plan, ...) en identifiant des objectifs stratégiques mesurables
- Proposer un plan opérationnel de gestion et de suivi des activités en mettant en évidence des standards objectifs

de performance

- Identifier les possibilités de financement interne et externe permettant d'assurer la viabilité projet
- Elaborer le budget prévisionnel de son activité et/ou service en intégrant les moyens et ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs
- Analyser et interpréter un compte de résultat et les principaux ratios afin d'étudier et monitorer la rentabilité des activités
- Piloter le budget et mettre en œuvre les actions budgétaires correctives en fonction des évolutions fiscales, légales et sectorielles et des risques clients "
- Prendre en compte les règles et procédures juridiques et commerciales dans l'élaboration des contrats (travail, vente, ...)
- Recruter et organiser une équipe en vue d'atteindre les objectifs fixés et en respectant les contraintes budgétaires
- Fixer des objectifs individuels et d'équipe et répartir les rôles et les missions à chaque collaborateur
- Construire les modalités d'évaluations et piloter l'atteinte des objectifs
- Expliciter les biais cognitifs qui mènent aux discriminations
- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles

Blocs de compétences

RNCP38753BC01 — Définir un plan de développement marketing et commercial durable

LISTE DE COMPÉTENCES

- Comprendre l'éco-système du monde des affaires et en assurer une veille les plans géopolitique, sociologique, économique, écologique et environnemental
- Anticiper les futurs possibles du monde des affaires afin d'en détecter les menaces, les opportunités, les tendances, les risques possibles
- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.
- Exploiter et analyser les données de la veille afin de réaliser un diagnostic interne et externe
- Segmenter un marché pour déterminer les cibles de clients potentiels et choisir un positionnement produit
- Analyser le marketing mix afin d'améliorer et/ou développer le plan marketing/commercial opérationnel en fonction des évolutions et des tendances de marchés
- Elaborer une offre de produits/services responsable (gamme, prix, caractéristiques, conditionnement, ...) en tenant compte du positionnement de la marque et des tendances de consommation
- Concevoir un plan de communication responsable et des campagnes promotionnelles adapté au lancement d'un nouveau produit
- Définir, piloter et adapter le plan d'actions commerciales opérationnel (objectifs et moyens à mettre en œuvre)
- Préparer les outils collaboratifs de reporting et d'indicateurs en centralisant les données dans un tableau de bord de pilotage de la performance permettant d'évaluer la contribution de chaque produits/services/centres de profits... et d'identifier les critères d'alerte en cas d'écart avec les objectifs
- Ajuster le plan d'action commercial à partir de l'analyse des tableaux de bords pour justifier si nécessaire le lancement de nouvelles actions commerciales pour atteindre les objectifs
- Identifier les opportunités à partir de l'analyse de la concurrence sur un marché cible à l'international
- Sélectionner les produits en fonction des besoins et des habitudes de consommation locales
- Etablir une analyse des risques pays présentant les spécificités (conditions de travail, culturelles, approvisionnement, ...) locales
- Evaluer les conditions d'implantation et de distribution sur le marché international
- Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier individuel

Etude de cas individuelle

Cas pratique collectif

Cas pratique individuel

Dossier collectif

Epreuve orale

RNCP38753BC02 — Mettre en œuvre la stratégie commerciale et marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mettre en place une stratégie de distribution digitale en coordonnant les acteurs web, en tenant compte du comportement et des différences entre les consommateurs
- Optimiser la valeur client et la segmentation de la clientèle en concevant et en pilotant des programmes de fidélisation
- Développer et mesurer la qualité de la relation client afin d'améliorer l'expérience vécue sur tout type de canal, en particulier via les TIC
- Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe
- Explorer les effets des technologies émergentes et du digital sur les usagers et les différentes parties prenantes afin de transformer éthiquement et durablement le modèle d'affaires
- Appliquer les nouvelles technologies, méthodes et outils pour faire évoluer les composantes du modèle d'affaires durable

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique individuel

Mise en situation professionnelle

Etude de cas individuelle

RNCP38753BC03 — Décider dans un environnement complexe et responsable

LISTE DE COMPÉTENCES

- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité, sociale, sociétale et environnementale
- Illustrer à l'aide d'exemples de produits/services/organisations quelques grands types de modèles d'affaires (économie circulaire, innovation frugale, innovation responsable...)
- Expliciter les équilibres et les limites de notre monde par une approche systémique au travers des 17 ODD et de leurs interactions
- Identifier les conséquences des décisions et actions managériales sur les ODD
- Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis de la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique
- Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
- Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet
- Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs
- Développer une argumentation avec esprit critique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier individuel

Mise en situation professionnelle

Dossier avec soutenance orale

Mémoire professionnel

RNCP38753BC04 — Piloter une business unit, un service ou un centre de profit

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier et apprécier les opportunités de développement pour une innovation, une idée ou une nouvelle activité
- Construire un business model complet (création de valeur, parties prenantes, clients, canaux, business plan, ...) en identifiant des objectifs stratégiques mesurables
- Proposer un plan opérationnel de gestion et de suivi des activités en mettant en évidence des standards objectifs de performance
- Identifier les possibilités de financement interne et externe permettant d'assurer la viabilité projet
- Elaborer le budget prévisionnel de son activité et/ou service en intégrant les moyens et ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs

- Analyser et interpréter un compte de résultat et les principaux ratios afin d'étudier et monitorer la rentabilité des activités
- Piloter le budget et mettre en œuvre les actions budgétaires correctives en fonction des évolutions fiscales, légales et sectorielles et des risques clients "
- Prendre en compte les règles et procédures juridiques et commerciales dans l'élaboration des contrats (travail, vente, ...)
- Recruter et organiser une équipe en vue d'atteindre les objectifs fixés et en respectant les contraintes budgétaires
- Fixer des objectifs individuels et d'équipe et répartir les rôles et les missions à chaque collaborateur
- Construire les modalités d'évaluations et piloter l'atteinte des objectifs
- Expliciter les biais cognitifs qui mènent aux discriminations
- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Cas pratique individuel

Etude de cas individuel

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire de la certification exerce principalement ses fonctions au sein d'entreprises de taille intermédiaire en France et à l'international mais peut également exercer au sein de grands groupes ou de start-ups.

Il évolue au sein dans tous types de secteurs d'activités des entreprises (services, industries, luxe). Les postes occupés sont principalement des postes de management opérationnels ayant rapport avec son expertise métier (commercial, marketing/communication, ...).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable commercial / ou de service commercial / Ingénieur commercial

Responsable marketing ou responsable marketing opérationnel

Chef de produit

Responsable Grands Comptes, Key Account Manager

Responsable des Ventes / Responsable administration des Ventes

Responsable de la relation clientèle / Manager relation client / Responsable Clientèle

Responsable e-commerce et marketing digital

Chargé de communication

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 2 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 887 €
Familles professionnelles (FAP)	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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	33 329

Jugés difficiles à recruter	36 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	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

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Baccalauréat pour une entrée en 1ère année

Titre de niveau 5 pour une admission parallèle en 3ème année

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

Président de jury : maître de conférences ou professeur des Universités

Représentant du Recteur de l'Académie de Lyon

Directeur général de l'ESDES, par délégation le Directeur Adjoint

Directeur du programme Bachelor in business

Deux représentants du corps professoral, nommés par le Directeur de l'Esdes, (facultatif)

Le responsable de la scolarité

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	7 923 €
Selon la branche	6 000 € – 8 400 €

Prise en charge	Branches concernées
7 923 €	Valeur par défaut · 200 branches
8 400 €	CPNE autoroutes, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
8 255 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 134 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
8 071 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe
7 967 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 156 €	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	31/08/2029
Date de dernière délivrance possible	31/08/2031

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36563

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38753/>