

Diplôme d'études supérieures en management, sciences humaines et sciences appliquées

RNCP38759 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	310p, 312, 313p
Formacode(s)	32079, 34057, 32654, 32094, 32154
Code(s) ROME	M1302, M1402, M1703, E1103, M1204
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2027

Certificateur(s)

ASSOCIATION GROUPE ESSEC · SIRET : 77566395800046

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

Partenaires habilités

2 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 2 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CENTRALESUPELEC	1300207610001 6	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT D'ETUDES POLITIQUES DE PARIS - SCIENCES PO (IEP)	1975343160001 7	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Les technologies de l'information, le traitement massif de données et l'intelligence artificielle, sont source d'autant d'opportunités que de défis pour les gestionnaires et managers d'organisations et pour la société dans son ensemble. Au-delà des savoir-faire managériaux et numériques, il est essentiel que les sportifs de haut niveau, se destinant à la gestion et au développement des organisations, intègrent et s'approprient les problématiques et les responsabilités sociétales des acteurs économiques ou publics qui œuvrent dans un environnement de plus en plus complexe.

Cette certification s'adresse en priorité aux sportifs de haut niveau, jeunes diplômés de l'enseignement secondaire, qui souhaitent poursuivre leur développement sportif et acquérir des compétences transversales solides en gestion, en analyse de données et sciences humaines et sociales, nécessaires, à l'ère du numérique et des défis sociétaux, aux métiers contribuant au pilotage des organisations.

ACTIVITÉS VISÉES

- Analyse de l'environnement d'une organisation
- Production de préconisations quant à l'orientation stratégique globale d'une organisation
- Elaboration d'une stratégie d'offre marketing
- Déclinaison opérationnelle d'un plan d'action marketing
- Contrôle de gestion
- Reporting financier et orientation stratégique

- Organisation et communication au sein de l'équipe
- Management de la diversité

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Déterminer les enjeux de l'organisation en recueillant et en analysant les informations pertinentes afin de réaliser un diagnostic systémique de l'environnement et du contexte de celle-ci.
- Exploiter des bases de données en utilisant les outils de collecte et d'analyse adaptés, y compris d'intelligence artificielle, en contrôlant la qualité des données, dans le respect des enjeux éthiques et des règles déontologiques liés à l'exploitation de données, afin d'aider à la prise de décisions éclairées.
- Intégrer les enjeux systémiques, dont RSE et juridiques, dans la détermination des stratégies potentielles et le choix de celle retenue en s'assurant que l'organisation agit de manière responsable, tout en optimisant le contrôle des risques afin de contribuer à la pérennité de l'organisation, de son contexte et de son environnement.
- Présenter des recommandations transversales et opérationnelles à la hiérarchie en traduisant les analyses réalisées en informations intelligibles contextualisées et en connaissances exploitables afin de la mettre en capacité de s'approprier les tenants et aboutissants d'une problématique stratégique
- Déterminer les segments porteurs pour l'organisation en utilisant les outils de marketing analytique et les bases de données afin d'identifier les besoins des marchés et les offres qui pourraient les satisfaire et d'établir des couples produit/marché
- Proposer un plan d'action marketing pour la mise en œuvre de l'offre en planifiant son déploiement et ses échéances, tout en s'assurant de son efficacité au regard de la stratégie marketing de l'organisation afin de le faire valider par la Direction.
- Exploiter les canaux de diffusion, de distribution et de communication adaptés à la stratégie marketing en tenant compte du budget et des ressources allouées dans le plan d'action afin d'obtenir les résultats escomptés.
- Définir les indicateurs marketing de performance en tenant compte des objectifs visés afin de contrôler l'efficacité et la progression de la stratégie marketing.
- Evaluer l'efficacité des processus internes en mesurant et contrôlant les indicateurs de performance définis afin de s'assurer de l'atteinte des objectifs économiques de l'organisation.
- Concevoir des tableaux de bord de gestion en tenant compte des besoins et des objectifs de l'organisation afin de mesurer la performance de celle-ci et de ses services.
- Analyser des documents financiers en exploitant, entre autres, les outils d'actualisation, les probabilités et les statistiques qui permettent d'identifier les tendances et d'évaluer les risques afin de proposer des diagnostics exploitables relatifs à la situation financière de l'organisation.
- Présenter des recommandations relatives à la stratégie financière de l'organisation auprès de sa hiérarchie en défendant des arguments étayés afin de contribuer au développement global de l'organisation.
- Déterminer les objectifs d'un projet en s'assurant qu'ils soient mesurables, réalistes et définis dans le temps afin d'allouer les moyens et les ressources et de les aligner avec la stratégie de l'organisation.
- Elaborer le plan de communication interne d'un projet en prenant en compte ses contextes internes et externes et en intégrant les besoins et contraintes des différentes parties prenantes afin de diffuser des messages-clés efficaces et cohérents par rapport aux visées de l'organisation.
- Analyser la culture et le fonctionnement interne de l'organisation et de ses parties prenantes en étudiant les freins et les motivations internes afin de gérer efficacement les projets et les initiatives.
- Adapter son management à un contexte multiculturel en prenant en compte les spécificités de chaque collaborateur, incluant les personnes en situation de handicap, afin d'accompagner et de motiver son équipe.
- Intégrer à sa pratique managériale les nouveaux outils digitaux de communication professionnelle en respectant la réglementation sur la protection des données et en prenant en compte les modes d'organisation du travail à distance et en présentiel afin de participer aux transformations de l'organisation.

Blocs de compétences

RNCP38759BC01 — Elaborer des recommandations stratégiques innovantes en tenant compte des dimensions transversales du contexte de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

- Déterminer les enjeux de l'organisation en recueillant et en analysant les informations pertinentes afin de réaliser un diagnostic systémique de l'environnement et du contexte de celle-ci.
- Exploiter des bases de données en utilisant les outils de collecte et d'analyse adaptés, y compris d'intelligence

artificielle, en contrôlant la qualité des données, dans le respect des enjeux éthiques et des règles déontologiques liés à l'exploitation de données, afin d'aider à la prise de décisions éclairées.

- Intégrer les enjeux systémiques, dont RSE et juridiques, dans la détermination des stratégies potentielles et le choix de celle retenue en s'assurant que l'organisation agit de manière responsable, tout en optimisant le contrôle des risques afin de contribuer à la pérennité de l'organisation, de son contexte et de son environnement.
- Présenter des recommandations transversales et opérationnelles à la hiérarchie en traduisant les analyses réalisées en informations intelligibles contextualisées et en connaissances exploitables afin de la mettre en capacité de s'approprier les tenants et aboutissants d'une problématique stratégique.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas : à partir des données sectorielles et internes d'une organisation (réelle ou fictive). Analyser son environnement et son marché ; identifier les défis économiques et systémiques ; et rédiger des recommandations sur les axes stratégiques à déployer en vue de la pérennité/du développement de la structure II. Analyser les processus et outils de collectes de données internes ; identifier les enjeux éthiques, déontologiques et juridiques et prévoir les risques liés à l'activité ; rédiger des préconisations relatives à la conformité faisant apparaître les procédures internes de contrôle à mettre en place.

Modalités : rapport écrit et évaluation orale individuelle.

RNCP38759BC02 — Participer au déploiement de la stratégie marketing de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

- Déterminer les segments porteurs pour l'organisation en utilisant les outils de marketing analytique et les bases de données afin d'identifier les besoins des marchés et les offres qui pourraient les satisfaire et d'établir des couples produit/marché.
- Proposer un plan d'action marketing pour la mise en oeuvre de l'offre en planifiant son déploiement et ses échéances, tout en s'assurant de son efficacité au regard de la stratégie marketing de l'organisation afin de le faire valider par la Direction.
- Exploiter les canaux de diffusion, de distribution et de communication adaptés à la stratégie marketing en tenant compte du budget et des ressources allouées dans le plan d'action afin d'obtenir les résultats escomptés.
- Définir les indicateurs marketing de performance en tenant compte des objectifs visés afin de contrôler l'efficacité et la progression de la stratégie marketing.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique : à partir des données d'une organisation Présentation d'un diagnostic de l'offre et de la demande, qui doit déboucher sur la proposition de recommandations stratégiques, tactiques et opérationnelles ainsi que des KPI pertinents.

Modalités : travail préparatoire en petit groupe. Défense orale collective et individuelle.

RNCP38759BC03 — Evaluer la performance globale de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

- Evaluer l'efficacité des processus internes en mesurant et contrôlant les indicateurs de performance définis afin de s'assurer de l'atteinte des objectifs économiques de l'organisation.
- Concevoir des tableaux de bord de gestion en tenant compte des besoins et des objectifs de l'organisation afin de mesurer la performance de celle-ci et de ses services.
- Analyser des documents financiers en exploitant, entre autres, les outils d'actualisation, les probabilités et les statistiques qui permettent d'identifier les tendances et d'évaluer les risques afin de proposer des diagnostics exploitables relatifs à la situation financière de l'organisation.
- Présenter des recommandations relatives à la stratégie financière de l'organisation auprès de sa hiérarchie en défendant des arguments étayés afin de contribuer au développement global de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques : à partir des documents financiers d'une organisation, effectuer le diagnostic financier de l'organisation, émettre des recommandations intégrant un business plan détaillé et proposer des outils de gestion adaptés avec la présentation d'au moins un modèle d'outil.

Modalités : rapport écrit individuel

RNCP38759BC04 — Gérer un projet et une équipe dans un contexte pluridisciplinaire

LISTE DE COMPÉTENCES

- Déterminer les objectifs d'un projet en s'assurant qu'ils soient mesurables, réalistes et définis dans le temps afin d'allouer les moyens et les ressources et de les aligner avec la stratégie de l'organisation.
- Elaborer le plan de communication interne d'un projet en prenant en compte ses contextes internes et externes et en intégrant les besoins et contraintes des différentes parties prenantes afin de diffuser des messages-clés efficaces et cohérents par rapport aux visées de l'organisation.
- Analyser la culture et le fonctionnement de l'organisation et de ses parties prenantes en étudiant les freins et les motivations internes afin de gérer efficacement les projets et les initiatives.
- Adapter son management à un contexte multiculturel en prenant en compte les spécificités de chaque collaborateur, incluant les personnes en situation de handicap, afin d'accompagner et de motiver son équipe.
- Intégrer à sa pratique managériale les nouveaux outils digitaux de communication professionnelle en respectant la réglementation sur la protection des données et en prenant en compte les modes d'organisation du travail à distance et en présentiel afin de participer aux transformations de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rapport présentant une synthèse du parcours et une évaluation critique et argumentée du projet sportif et professionnel du candidat.

Modalités : rapport écrit et évaluation orale individuelle

Mise en situation professionnelle : le candidat se place dans la position d'un conseiller en management au sein d'une organisation rencontrant une problématique RH dans un contexte de transition digitale et sociétale. Il devra proposer une analyse détaillée de la situation, prenant en compte les spécificités de chaque partie prenante, rédiger un plan d'action détaillé, présentant notamment les objectifs du projet (à partir de la problématique à résoudre), élaborer le plan de communication interne, et réalisation d'une synthèse à destination du commanditaire, sous forme de Pecha Koucha. Modalités : rapport écrit et évaluation orale individuelle.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Marketing ; communication ; management et gestion de produit ; conseil en organisation et management d'entreprise ; gestion ; entrepreneuriat

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Marketing :

- Chargé de mission marketing

Communication :

- Chargé de communication
- Assistant parlementaire

Management et gestion de produit :

- Chef de produit

Conseil en organisation et management d'entreprise :

- Chef de projet en organisation

Gestion :

- Assistant audit de gestion d'entreprise

Entrepreneuriat :

- Entrepreneur, chef d'entreprise
- Collaborateur de chef 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)

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)	2 736 €
Familles professionnelles (FAP)	L1X60 — Employés de la comptabilité · tension 4/5 (Élevée) L4X80 — Techniciens des services administratifs · 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) 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)	47 461
Jugés difficiles à recruter	34 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	L1X60 — Employés de la comptabilité L4X80 — Techniciens des services administratifs L4X81 — Techniciens et agents de maîtrise des services financiers ou comptables L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés 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, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

L'admission dans le Bachelor HEPTA se fait en première année uniquement. Pour être éligible, un candidat doit avoir obtenu (ou être en voie d'obtention) le Baccalauréat ou un diplôme étranger de fin d'études secondaires reconnu comme équivalent par le Ministère français de l'Éducation Nationale.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, APPRENTISSAGE

Le jury d'admission et de fin de formation est composé de manière conforme à la législation et selon les règles en vigueur.

Le président du jury d'admission et du jury de fin de formation ainsi que son suppléant sont nommés par le recteur d'académie sur proposition du directeur d'école. Le secrétariat du jury d'admission et du jury de fin de formation est assuré par un représentant du recteur d'académie.

Le jury sera présidé par un professeur des universités ou maître de conférences ou d'un corps assimilé, et sera composé obligatoirement des personnes suivantes :

? Président

?Vice-président

? le directeur Exécutif de la formation

? la direction académique de la formation

? le directeur des études de la formation

? Un représentant du recteur de région académique d'IDF (Défini par le Rectorat)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Le jury d'admission et de fin de formation est composé de manière conforme à la législation et selon les règles suivantes.

Le président du jury d'admission et du jury de fin de formation ainsi que son suppléant sont nommés par le recteur d'académie sur proposition du directeur d'école. Le secrétariat du jury d'admission et du jury de fin de formation est assuré par un représentant du recteur d'académie.

Le jury sera présidé par un professeur des universités ou maître de conférences ou d'un corps assimilé, et sera composé obligatoirement des personnes suivantes :

? Président

? Vice-président

? le directeur Exécutif de la formation

? la académique de la formation

? le directeur des études de la formation

? Un représentant du recteur de région académique d'IDF (Défini par le Rectorat)

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé de 6 personnes :

? 3 professionnels (n'intervenant pas dans le programme)

? 3 académiques : 1 professeur de Sciences Po, 1 professeur de CentraleSupélec et 1 professeur de l'ESSEC , dont le Directeur académique de la formation

Le président du jury doit être l'un des 3 professionnels externes. Les membres du jury doivent connaître le monde de l'entreprise et le référentiel de compétences.

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés : 50% au minimum. La répartition des représentants salariés et employeurs est de 50% pour chaque partie.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2027
Date de dernière délivrance possible	31/08/2031

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38759/>