

Diplôme Supérieur en Management des Industries Culturelles, Créatives et du Luxe

RNCP39274 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DipViGrM — Diplôme visé grade de master
Code(s) NSF	300, 310, 312
Formacode(s)	34071, 34254, 32096, 42627, 15457
Code(s) ROME	G1403, M1704, K1602, E1107, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2027

Certificateur(s)

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

GROUPE RENNES SCHOOL OF BUSINESS · SIRET : 37832751400014

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Diplôme Supérieur en Management des Industries Culturelles, Créatives et du Luxe a pour mission d'équiper les futurs managers avec les connaissances sectorielles spécialisés et les compétences analytiques, techniques et managériales appliqués aux organismes culturels, créatifs et du luxe, qui leur permettront de définir des orientations stratégiques de leur structure, d'identifier des opportunités d'affaires durables, et de développer et gérer leur activité face aux défis de la transition écologique et numérique, pour l'amélioration de la planète et de la société.

ACTIVITÉS VISÉES

- Utilisation des outils numériques et digitaux dans le contexte professionnel sectoriel
- Gestion, analyse et exploitation des données internes et externes à l'organisation
- Maîtrise des logiciels graphiques standards dans l'exercice de sa fonction (Canva, Adobe Photoshop, Adobe Indesign.)
- Exploitation des réseaux sociaux dans l'exercice de ses fonctions de manager sectoriel?
- Compréhension de la démarche scientifique rigoureuse et méthodologique
- Résolution de problématique de recherche en lien avec son secteur de spécialisation
- Communication écrite et orale en anglais en situations professionnelles spécialisées
- Adaptation de posture managériale respectueuse de la diversité pour gérer une équipe
- Pratique de leadership créatif au service de l'atteinte d'objectifs de management
- Conduite du changement à visée responsable et digitale
- Analyse critique de la Responsabilité Sociétale des Entreprises et des politiques publics dans les entreprises sectorielles
- Construction d'une vision holistique de la stratégie de l'entreprise sectorielle dans l'ère digital et responsable
- Connaissances des contextes sociologiques et politiques impactant les projets créatifs
- Gestion d'évènementiel dans les secteurs créatifs et sportifs
- Elaboration de Stratégie Marketing sectorielle conforme aux exigences RSE
- Gestion des infrastructures touristiques et sportives
- Observation de solutions innovantes dans des situations complexes
- Mise en œuvre d'une offre de services différenciante pour augmenter la valeur de son produit/service

- Positionnement stratégique de la marque dans son contexte concurrentiel
- Gestion de l'Expérience Clients lors des points de contact dans les secteurs culturels
- Pilotage de projet/processus dans une approche multidimensionnelle de la performance
- Evaluation des impacts financiers des plans d'actions et des projets d'investissements mis en œuvre par l'entreprise sectoriel
- Organisation d'un dispositif de veille légale et concernant la RSE sur les marchés sectoriels de l'entreprise (national / international)
- Elaboration d'un projet professionnel réaliste et aligné à ses valeurs personnelles
- Développement d'une posture professionnelle en adéquation avec son projet professionnel

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Utiliser de manière appropriée, autonome et dans le respect des normes de sécurité et d'éthique, les outils numériques fondamentaux et transversaux au domaine du management
- Exercer son esprit critique pour distinguer les vraies informations des fausses, en reconnaissant des sources, en croisant des sources et en comprenant les auteurs originaux et leurs objectifs de communication
- Maîtriser les fonctionnalités avancées des logiciels de gestion de données
- Modéliser des données, appliquer des tests de signification statistiques
- Exploiter les résultats, en prenant en compte les limites statistiques des données,
- Piloter les processus de collecte, d'analyse, et de structuration des données clients
- Sécuriser la collecte, l'exploitation et le stockage des données, en veillant au respect de la législation
- Exploiter et valoriser les données, en produisant des rapports et des présentations adaptés à un contexte international, et en formulant des recommandations
- Comprendre les principales fonctionnalités des logiciels graphiques pour retoucher et créer des images, créer des supports visuels et marketing simples
- Connaître les possibilités des logiciels afin d'exprimer ses besoins de création auprès de prestataires et juger la pertinence et les tarifs des solutions proposées.
- Comprendre le fonctionnement des outils et plateformes numériques et leur gouvernance
- Exercer son esprit critique dans l'analyse d'une campagne digitale de prospection ou d'influence
- Comprendre les enjeux commerciaux des réseaux sociaux dans les milieux culturels, du luxe et du sport.
- Comprendre et analyser la notion de diplomatie digitale
- 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 l'interface de plusieurs domaines
- Identifier, sélectionner et analyser avec un esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Résoudre des problèmes complexes en mobilisant des savoirs pluridisciplinaires pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques, et la complexité d'une demande ou d'une situation
- Mettre en œuvre une méthodologie de recherche (quantitative ou qualitative) appropriée
- Tirer des conclusions permettant un apport managérial et conceptuel innovant à la problématique
- Communiquer à des fins professionnelles, par oral et par écrit en anglais, en s'adaptant à son audience et en adoptant le registre approprié.
- Structurer sa pensée, à l'écrit ou à l'oral, et en employant le bon vocabulaire
- Maîtriser son langage corporel et sa capacité d'improvisation afin de s'affirmer et maintenir l'attention
- Argumenter et débattre, en appliquant les techniques d'argumentation, en exerçant sa capacité d'écoute et d'observation
- Analyser les contextes, les représentations et les pratiques interculturelles de ses interlocuteurs afin de collaborer efficacement en équipe multiculturelle
- Faire preuve de curiosité et d'empathie envers d'autres pays, leurs civilisations et leurs économies
- Reconnaître les barrières à l'inclusion afin d'adapter sa posture managériale et élaborer des solutions plus inclusives
- Mobiliser son agilité interculturelle et son intelligence émotionnelle
- Identifier son style de management et ses leviers
- Mobiliser l'intelligence collective, en mettant en place les équipes, les supports techniques et les techniques

d'animation ad hoc

- Elaborer un plan de conduite de changement en précisant les objectifs, les ressources, les étapes et leurs délais et en analysant les leviers et les barrières
- Accompagner le changement au sein des équipes en utilisant la communication et la formation comme leviers de réussite
- Favoriser le développement de nouveaux savoirs et pratiques professionnelles au sein d'une équipe pour améliorer sa performance
- Déployer son influence personnelle et institutionnelle pour promouvoir le changement et mobiliser les parties prenantes
- S'informer des politiques publics en faveur des secteurs culturels et sportifs
- Réaliser une veille documentaire sur les enjeux RSE (déjà en place ou en cours d'élaboration)
- Analyser le modèle d'affaires de l'entreprise en identifiant les activités clés, les parties prenantes internes et externes, les sources de revenus et les coûts, dont les coûts sociétaux et écologiques.
- Analyser l'environnement externe et ses acteurs avec l'aide d'outils managériaux
- Comprendre les enjeux stratégiques des technologies digitales et les modèles d'affaires des entreprises plateformes pour appréhender les évolutions actuelles et futures dans son métier
- Contextualiser son secteur d'activité dans son environnement
- Effectuer une veille active sur les politiques publiques en faveur des entreprises sectorielles et culturelles
- Concevoir un évènement responsable et riche en termes d'Expérience Utilisateur (UX), en identifiant les objectifs, les cibles, et en anticipant les étapes avant, pendant et après l'évènement
- Préparer un plan détaillé avec indicateurs, des aspects budgétaires, logistiques, sécurité, encadrement, et communication.
- Rechercher des prestataires et des partenaires, au regard de critères environnementaux
- Créer un plan de commercialisation, en fixant les tarifs selon les obligations de service public ou intérêt privé
- Créer un plan de communication ciblé
- Analyser le rôle essentiel des acteurs du marketing dans la transition écologique et sociétale en identifiant les enjeux, les impacts et les parties prenantes
- Exercer son esprit critique envers les comportements des consommateurs, en identifiant les motivations et les freins au changement
- Concevoir des nouveaux produits et plans de communication digitaux, dans le but d'aligner les objectifs financiers et marketing sur les objectifs durables et responsables et répondre au cadre réglementaire
- Positionner l'infrastructure touristique ou sportive dans son environnement concurrentiel
- Collecter et analyser les chiffres clefs de performance actuelle
- Proposer des actions pour améliorer la performance de l'infrastructure et ses centres de profits.
- Observer son environnement humain, physique, technique et géopolitique avec un esprit critique
- Mobiliser ses connaissances existantes pour voir les liens et donner du sens à ses observations
- Monter un projet de voyage d'études, en identifiant des interlocuteurs originaux et percutants, dans le respect du cahier des charges en termes d'accessibilité et responsabilité
- Engager des échanges de haut niveau avec des interlocuteurs experts
- Synthétiser et formaliser ses apprentissages pour partager et transférer les connaissances nouvelles
- Utiliser les concepts clefs du marketing des services pour analyser son offre et l'expérience utilisateur
- Préparer un plan d'action concernant le personnel, les processus et les preuves tangibles
- Définir la stratégie de gestion des marques, en tenant compte du capital marque, du territoire actuel et des stratégies possibles (marque ombrelle/multi-marques)
- Elaborer un diagnostic de la marque, en tenant compte de son positionnement, et lde celui de ses concurrents
- Analyser les variables influençant le comportement du consommateur, en prenant en compte les variables internes et externes
- Observer et analyser l'expérience du consommateur lors de ses points de contacts avec l'entreprise de culture et ses plateformes (on- / off-line), dans une optique d'amélioration continue
- Utiliser les principes du Design Thinking pour analyser et repenser les parcours client
- Préconiser des points d'optimisation de l'expérience client dans les points de visite, lieux de ventes physiques et en ligne
- Prendre en compte un cahier des charges détaillé en définissant les objectifs, livrables, ressources et délais, et monter une équipe projet qualifiée, ayant des compétences pluridisciplinaires
- Se servir des logiciels de gestion de projets digitaux pour planifier, suivre et rectifier, le cas échéant, les paramètres

du projet en temps réels dans un souci de performance et d'efficacité.

- Sélectionner, encadrer et mobiliser les membres d'une équipe projet, en adaptant les techniques de management (directif, collaboratif, participatif) selon les besoins du projet
- Contrôler et piloter la performance à l'aide d'outils de gestion en élaborant des documents de synthèse, des indicateurs, des écarts et en proposant des actions correctives
- Mettre en œuvre une politique de gestion de la qualité dans son domaine de gestion
- Parler un langage commun avec le service financier.
- Comprendre la situation générale de l'entreprise à travers ses 3 états financiers (Compte de Résultat, Bilan et Trésorerie)
- Traduire les plans d'actions en budgets chiffrés afin d'en mesurer les impacts financiers et de peser les risques/bénéfices lors de la prise de décision
- Présenter un plan d'investissement en mettant en évidence son retour sur investissement
- Mobiliser et piloter divers financements pour la culture (subventions, mécénat, récolte de fonds divers ...) dans le respect des conventions comptables en vigueur
- Organiser un dispositif de veille, réglementaire et responsable, en identifiant les sources d'informations fiables et en définissant les modalités de recueil et d'exploitation des informations
- Repérer les règlements principaux afin d'assurer la mise en conformité de l'entreprise sectorielle
- Rédiger des notes de synthèse sur les points de vigilance, en proposant un plan d'actions et en identifiant des recommandations
- Piloter son projet de développement personnel dans les métiers dits de gestion/management
- Mettre en place une veille thématique continue sur l'évolution des compétences attendues sur le marché du travail
- Construire et entretenir un réseau professionnel afin de piloter son entrée sur le marché de l'emploi et sa carrière
- Prendre ses responsabilités et faire preuve de leadership et d'esprit collaboratif
- S'adapter à l'évolution des compétences attendues dans les organisations et apprendre à apprendre
- Développer des compétences comportementales et métiers tout au long de sa vie

Blocs de compétences

RNCP39274BC01 — Appréhender les codes des espaces hybrides (numériques et humains) et s'approprier et maîtriser les outils experts de son domaine, tout en anticipant l'impact des évolutions technologiques sur l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

- Utiliser de manière appropriée, autonome et dans le respect des normes de sécurité et d'éthique, les outils numériques fondamentaux et transversaux au domaine du management
- Exercer son esprit critique pour distinguer les vraies informations des fausses, en reconnaissant des sources, en croisant des sources et en comprenant les auteurs originaux et leurs objectifs de communication
- Maîtriser les fonctionnalités avancées des logiciels de gestion de données
- Modéliser des données, appliquer des tests de signification statistiques
- Exploiter les résultats, en prenant en compte les limites statistiques des données,
- Piloter les processus de collecte, d'analyse, et de structuration des données clients
- Sécuriser la collecte, l'exploitation et le stockage des données, en veillant au respect de la législation
- Exploiter et valoriser les données, en produisant des rapports et des présentations adaptés à un contexte international, et en formulant des recommandations
- Comprendre les principales fonctionnalités des logiciels graphiques pour retoucher et créer des images, créer des supports visuels et marketing simples
- Connaître les possibilités des logiciels afin d'exprimer ses besoins de création auprès de prestataires et juger la pertinence et les tarifs des solutions proposées.
- Comprendre le fonctionnement des outils et plateformes numériques et leur gouvernance
- Exercer son esprit critique dans l'analyse d'une campagne digitale de prospection ou d'influence
- Comprendre les enjeux commerciaux des réseaux sociaux dans les milieux culturels, du luxe et du sport.
- Comprendre et analyser la notion de diplomatie digitale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

A partir d'une expérience en entreprise, le candidat doit démontrer sa maîtrise des outils numériques de base,

approfondir sa maîtrise des outils numériques spécialisés et mettre en œuvre ces usages dans des environnements hybrides.

Cas pratique

- Construction d'une Base de données clients
- Démonstration de l'exploitation des données
- Réalisation d'analyses clefs en lien avec la prospection / fidélisation
- Rédaction d'une note de synthèse concernant les normes et les problématiques de sécurité

Cas concret

- Réalisation d'un support de communication simple (flyer / affiche) sur 2 outils différents
- Choix des images / textes
- Note de synthèse sur les outils testés, leurs performances respectives et la simplicité de leur prise en main

Etude de Cas concret

Projet de groupe?: Analyse d'une campagne de prospection ou d'influence digitale (Organisme à but lucratif ou non-lucratif dans le domaine de la culturel, le sport ou le luxe)

- Analyse des objectifs, des médias et des cibles
- Rhétorique employée et capacité de mobilisation
- Dérives potentielles

RNCP39274BC02 — Mobiliser et produire des 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 l'interface de plusieurs domaines
- Identifier, sélectionner et analyser avec un esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Résoudre des problèmes complexes en mobilisant des savoirs pluridisciplinaires pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques, et la complexité d'une demande ou d'une situation
- Mettre en œuvre une méthodologie de recherche (quantitative ou qualitative) appropriée
- Tirer des conclusions permettant un apport managérial et conceptuel innovant à la problématique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet de recherches individuel

A partir d'un mémoire de Master, le candidat identifie une problématique en lien avec une revue de littérature, met en œuvre une méthodologie de recherche visant à résoudre cette problématique, et analyse et discute les résultats de cette recherche en visant à contribuer de façon novatrice à la problématique ciblée.

RNCP39274BC03 — Communiquer efficacement dans des contextes multiculturels et multi situationnels et savoir transférer ses connaissances dans l'exercice de ses fonctions de manager / entrepreneur

LISTE DE COMPÉTENCES

- Communiquer à des fins professionnelles, par oral et par écrit en anglais, en s'adaptant à son audience et en adoptant le registre approprié.
- Structurer sa pensée, à l'écrit ou à l'oral, et en employant le bon vocabulaire
- Maîtriser son langage corporel et sa capacité d'improvisation afin de s'affirmer et maintenir l'attention
- Argumenter et débattre, en appliquant les techniques d'argumentation, en exerçant sa capacité d'écoute et d'observation
- Analyser les contextes, les représentations et les pratiques interculturelles de ses interlocuteurs afin de collaborer efficacement en équipe multiculturelle
- Faire preuve de curiosité et d'empathie envers d'autres pays, leurs civilisations et leurs économies
- Reconnaître les barrières à l'inclusion afin d'adapter sa posture managériale et élaborer des solutions plus inclusives
- Mobiliser son agilité interculturelle et son intelligence émotionnelle
- Identifier son style de management et ses leviers
- Mobiliser l'intelligence collective, en mettant en place les équipes, les supports techniques et les techniques d'animation ad hoc

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Dans le cadre d'une Présentation orale l'étudiant démontre ses compétences orales et écrites (support de présentation)

Mise en situation en séminaire de leadership

À la suite du Séminaire de Leadership, l'étudiant réalise une réflexion personnelle

- - sur les jeux de rôles et le vécu du séminaire
- - sur sa posture de leadership et ses capacités d'animation
- - sur les techniques de créativité testées

Il réalise une restitution originale de sa pensée

RNCP39274BC04 — Manager en responsabilité au sein de son organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

- Elaborer un plan de conduite de changement en précisant les objectifs, les ressources, les étapes et leurs délais et en analysant les leviers et les barrières
- Accompagner le changement au sein des équipes en utilisant la communication et la formation comme leviers de réussite
- Favoriser le développement de nouveaux savoirs et pratiques professionnelles au sein d'une équipe pour améliorer sa performance
- Déployer son influence personnelle et institutionnelle pour promouvoir le changement et mobiliser les parties prenantes
- S'informer des politiques publics en faveur des secteurs culturels et sportifs
- Réaliser une veille documentaire sur les enjeux RSE (déjà en place ou en cours d'élaboration)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle (réelle ou fictive)

Conduite d'un Projet fictif ou réel, impliquant du changement au sein d'une structure. L'étudiant doit? :

- Réaliser une étude préalable sur la transformation en question, ses origines et ses enjeux
- Identifier les impacts (risque / bénéfices) et les enjeux de la responsabilité sociétale
- Définir un plan de conduite de changement
- Définir un plan de formation
- Identifier son rôle d'influence pour porter le changement.

Etude de cas réel

Les étudiants choisissent un secteur et un critère RSE particulièrement présent dans ce secteur

Ils réalisent des recherches approfondies (revue de presse/revue littéraire) et réalisent une présentation en mettant en évidence les enjeux sociétaux, politiques et environnementaux contemporains

Ils proposent des pistes d'amélioration

RNCP39274BC05 — Elaborer et piloter une vision stratégique dans un environnement digitalisé, complexe et globalisé

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser le modèle d'affaires de l'entreprise en identifiant les activités clés, les parties prenantes internes et externes, les sources de revenus et les coûts, dont les coûts sociétaux et écologiques.
- Analyser l'environnement externe et ses acteurs avec l'aide d'outils managériaux
- Comprendre les enjeux stratégiques des technologies digitales et les modèles d'affaires des entreprises plateformes pour appréhender les évolutions actuelles et futures dans son métier
- Contextualiser son secteur d'activité dans son environnement
- Effectuer une veille active sur les politiques publiques en faveur des entreprises sectorielles et culturelles
- Concevoir un événement responsable et riche en termes d'Expérience Utilisateur (UX), en identifiant les objectifs, les cibles, et en anticipant les étapes avant, pendant et après l'évènement
- Préparer un plan détaillé avec indicateurs, des aspects budgétaires, logistiques, sécurité, encadrement, et communication.
- Rechercher des prestataires et des partenaires, au regard de critères environnementaux
- Créer un plan de commercialisation, en fixant les tarifs selon les obligations de service public ou intérêt privé
- Créer un plan de communication ciblé
- Analyser le rôle essentiel des acteurs du marketing dans la transition écologique et sociétale en identifiant les

enjeux, les impacts et les parties prenantes

- Exercer son esprit critique envers les comportements des consommateurs, en identifiant les motivations et les freins au changement
- Concevoir des nouveaux produits et plans de communication digitaux, dans le but d'aligner les objectifs financiers et marketing sur les objectifs durables et responsables et répondre au cadre réglementaire
- Positionner l'infrastructure touristique ou sportive dans son environnement concurrentiel
- Collecter et analyser les chiffres clefs de performance actuelle
- Proposer des actions pour améliorer la performance de l'infrastructure et ses centres de profits.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

Etude de cas stratégique d'une entreprise plateforme ou de modèles d'affaires intégrant une approche de raréfaction des ressources naturelles, avec mise en œuvre d'outils stratégiques analytiques et mise en exergue les enjeux de l'économie digitalisée dans son domaine de spécialisation

Mise en situation

Rédaction de note de synthèse concernant un secteur d'activité? :

- Contextualisation et Positionnement du secteur
- Poids, tendances et perspectives
- Politiques publics et attentes de service public
- Financements existants et potentiels
- Recommandations

Mise en situation

Les étudiants rédigent un plan d'actions pour la réalisation d'un événement réel ou fictif

:

- Contextualisation et Positionnement l'évènement (objectifs, cibles)
- Aspects logistiques et humains
- Aspects commerciaux et marketing
- Aspects financiers
- Aspects RSE

Mise en situation professionnelle

Conception d'une campagne de marketing pour une entreprise réelle ou fictive dans leur secteur? :

- Contextualisation du secteur et ses enjeux stratégiques
- Analyse du comportement du consommateur et ses attentes
- Cohérence avec l'image de marque et ses valeurs
- Identification d'axes de responsabilisation des consommateurs
- Identification d'actions clefs et leurs indicateurs

Mise en situation professionnelle

Audit d'une infrastructure existante

- Les étudiants réalisent un audit d'une structure en partenariat avec une entreprise sportive ou touristique.
- Ils analysent la performance existante
- Ils identifient et argumentent des pistes d'amélioration
- Ils proposent un plan d'action

RNCP39274BC06 — Concevoir et piloter des solutions innovantes en gestion stratégique des transitions

LISTE DE COMPÉTENCES

- Observer son environnement humain, physique, technique et géopolitique avec un esprit critique
- Mobiliser ses connaissances existantes pour voir les liens et donner du sens à ses observations
- Monter un projet de voyage d'études, en identifiant des interlocuteurs originaux et percutants, dans le respect du cahier des charges en termes d'accessibilité et responsabilité
- Engager des échanges de haut niveau avec des interlocuteurs experts
- Synthétiser et formaliser ses apprentissages pour partager et transférer les connaissances nouvelles
- Utiliser les concepts clefs du marketing des services pour analyser son offre et l'expérience utilisateur
- Préparer un plan d'action concernant le personnel, les processus et les preuves tangibles
- Définir la stratégie de gestion des marques, en tenant compte du capital marque, du territoire actuel et des stratégies possibles (marque ombrelle/multi-marques)

- Elaborer un diagnostic de la marque, en tenant compte de son positionnement, et l'idée de celui de ses concurrents
- Analyser les variables influençant le comportement du consommateur, en prenant en compte les variables internes et externes
- Observer et analyser l'expérience du consommateur lors de ses points de contacts avec l'entreprise de culture et ses plateformes (on- / off-line), dans une optique d'amélioration continue
- Utiliser les principes du Design Thinking pour analyser et repenser les parcours client
- Préconiser des points d'optimisation de l'expérience client dans les points de visite, lieux de ventes physiques et en ligne

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier réflexif original? :

Lors d'un voyage d'études / visites de terrain (Learning Expedition) de visites d'entreprises et de témoignages professionnels le candidat explore, observe, dialogue et exerce sa capacité à apprendre dans des situations réelles complexes afin de créer sa propre pensée originale et la transférer aux autres

Mise en situation professionnelle? :

Analyse d'une unité et ses services? : Bilan, diagnostic et proposition de plan d'action en application des principes du marketing de services

Etude de cas appliquée :

Analyse d'une extension de marque sur un nouveau territoire d'expression

Etude de cas appliquée :

Etude de cas pratique sur une entreprise culturelle : ?

- Analyse de l'expérience client et sa prise de décision en appliquant des méthodes managériales??
- Emploi des techniques de Design Thinking pour innover et transformer les expériences
- Propositions de stratégies et d'actions marketing en utilisant les informations et connaissances relatives au consommateur afin de maximiser l'efficacité de l'expérience client?
- Prise en compte des innovations pour animer les points de ventes/visites physiques

RNCP39274BC07 — Piloter, contrôler et optimiser la performance des projets innovants dans le respect des objectifs, règles et normes en vigueur

LISTE DE COMPÉTENCES

- Prendre en compte un cahier des charges détaillé en définissant les objectifs, livrables, ressources et délais, et monter une équipe projet qualifiée, ayant des compétences pluridisciplinaires
- Se servir des logiciels de gestion de projets digitaux pour planifier, suivre et rectifier, le cas échéant, les paramètres du projet en temps réels dans un souci de performance et d'efficacité.
- Sélectionner, encadrer et mobiliser les membres d'une équipe projet, en adaptant les techniques de management (directif, collaboratif, participatif) selon les besoins du projet
- Contrôler et piloter la performance à l'aide d'outils de gestion en élaborant des documents de synthèse, des indicateurs, des écarts et en proposant des actions correctives
- Mettre en œuvre une politique de gestion de la qualité dans son domaine de gestion
- Parler un langage commun avec le service financier.
- Comprendre la situation générale de l'entreprise à travers ses 3 états financiers (Compte de Résultat, Bilan et Trésorerie)
- Traduire les plans d'actions en budgets chiffrés afin d'en mesurer les impacts financiers et de peser les risques/bénéfices lors de la prise de décision
- Présenter un plan d'investissement en mettant en évidence son retour sur investissement
- Mobiliser et piloter divers financements pour la culture (subventions, mécénat, récolte de fonds divers ...) dans le respect des conventions comptables en vigueur
- Organiser un dispositif de veille, réglementaire et responsable, en identifiant les sources d'informations fiables et en définissant les modalités de recueil et d'exploitation des informations
- Repérer les règlements principaux afin d'assurer la mise en conformité de l'entreprise sectorielle
- Rédiger des notes de synthèse sur les points de vigilance, en proposant un plan d'actions et en identifiant des recommandations

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle? :

- Montage d'un projet à mener pendant plusieurs semaines.
- Conception d'outils de pilotage et tableau de bord

- Dossier de réflexion sur l'expérience vécue et pistes d'amélioration

Cas Pratique

- Etude des comptes d'une entreprise sectorielle fictive ou réelle,
- Préparation d'un budget simple

Etude de cas réel ou fictif

Rédaction de note de synthèse et recommandations?: Les étudiants réalisent une veille thématique (légale / RSE) dans le secteur de leur choix

- Analyse détaillée d'un secteur et ses règlements existants et émergents
- Consultation de différentes sources (internes et externes) et différentes perspectives (légaux / climat/transitions...).
- Identification des points de vigilance impactant les entreprises sectorielles
- Formulation de recommandations

RNCP39274BC08 — Identifier les leviers de son développement personnel et professionnel pour porter et incarner la transition

LISTE DE COMPÉTENCES

- Piloter son projet de développement personnel dans les métiers dits de gestion/management
- Mettre en place une veille thématique continue sur l'évolution des compétences attendues sur le marché du travail
- Construire et entretenir un réseau professionnel afin de piloter son entrée sur le marché de l'emploi et sa carrière
- Prendre ses responsabilités et faire preuve de leadership et d'esprit collaboratif
- S'adapter à l'évolution des compétences attendues dans les organisations et apprendre à apprendre
- Développer des compétences comportementales et métiers tout au long de sa vie

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Passeport Carrière (Dossier réflexif individuel)

Le candidat doit compléter sur l'intégralité de son parcours un passeport carrière où il doit compiler les éléments relatifs à l'élaboration de son projet professionnel (CV, profil LinkedIn, raison d'être, pitch vidéo, bilans et analyses réflexives sur ses expériences en entreprise)

Mise en situation professionnelle

A partir d'une expérience stage vécue, le candidat doit s'exercer dans des fonctions à responsabilité et être en capacité à faire évoluer ses compétences selon les projets en cours

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les managers travaillent dans les secteurs culturels, artistiques, créatifs, sportifs, touristiques, hôteliers et dans les industries du luxe. Ils travaillent dans des structures publiques ou privées, à but lucratif ou non-lucratif, de toutes tailles, de la TPE à la multinationale.

Au sein de ces structures ils exercent de nombreux métiers en lien avec le management : gestion de marques, de business unit, d'évènementiel, de projets, d'achats.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les appellations métiers peuvent être les suivantes:

- Chef de Produit / Marque
- Chargé de Communication / Communication Digitale
- Chef de Projet
- Directeur Commercial / Chef de Ventes / Responsable de Secteur / Grands Comptes
- Chargé de Mécénat / Collecte de Fonds
- Directeur de Business Unit (musée, théâtre, galerie d'art)
- Responsable Evènementiel
- Responsable de la Gestion de la Relation Client (CRM / e CRM)
- Responsable de l'Expérience Client

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 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 886 €
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) S2X81 — Agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la gestion des structures de loisirs · tension 3/5 (Modérée) S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration · tension 4/5 (Élevée) 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)	25 730
Jugés difficiles à recruter	30 %
Emplois saisonniers	18 %
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 S2X81 — Agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la gestion des structures de loisirs S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration 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

Pour l'admission en Formation Initiale deux voies existent :

- En 1ère année pour les titulaires d'un diplôme niveau 6 ou équivalent international (délivrant 180 ECTS),
- En 2ème année pour les titulaires de 240 ECTS et après validation d'une première année d'un diplôme national de Master, ou titulaire d'un diplôme national ou d'un diplôme visé à niveau 6 complété d'une quatrième année d'un cursus conduisant à un diplôme visé à niveau 7 conférant le grade de Master, ou avoir validé 4 années d'études d'un programme post Bac visé à niveau 7 et conférant le grade de Master, ou équivalent international.

Pour les profils professionnels en Formation Continue, il est possible d'accéder en deuxième année du Master en ayant :

- Au moins 36 mois d'expérience professionnelle depuis l'obtention du dernier diplôme
- Et être titulaire de 240 ECTS ou faire valoir une Validation des Acquis Professionnels (VAP) le cas échéant.

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

Le Président, un enseignant-chercheur nommé par le Recteur de l'Académie, ou son suppléant. ·

Le Directeur Général de Rennes School of Business ou son représentant. ·

Le Doyen associé aux Programmes ou son représentant. ·

Un représentant du Rectorat.

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	10 000 €
Selon la branche	7 000 € – 10 979 €
Prise en charge	Branches concernées
10 000 €	Valeur par défaut · 205 branches
10 979 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de la Publicité, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC)
8 500 €	CPNEF Spectacle Vivant, CPNEF de l'audiovisuel
10 614 €	CPNE Travail Temporaire
8 237 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2027
Date de dernière délivrance possible	31/08/2030

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39274/>