

Diplôme d'études supérieures en commerce et gestion

RNCP39428 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	32054, 34554, 34052
Code(s) ROME	D1402, M1704, M1705, M1204, 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

EGC D'OCCITANIE · SIRET : 78914517400015

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification « Diplôme d'études supérieures en Commerce et Gestion » a pour vocation de certifier des collaborateurs polyvalents et surtout adaptables

à l'évolution des marchés (mondialisation et volatilité plus grande du client) et à la digitalisation des techniques commerciales et marketing. Les compétences multiples proposées au sein de cette certification répondent aux besoins des entreprises des territoires très largement composées de TPE-PME, à savoir des capacités d'innovation afin de renouveler les concepts, de développer des offensives commerciales multi-formes, de proposer des réponses individualisées et des offres plus personnalisées et adaptées au profil de la clientèle...

Les entreprises demandent également aux fonctions commerciales et marketing de maîtriser la communication sur les médias sociaux et d'effectuer de la veille concurrentielle.

Les métiers du Marketing, Commerce et de la Gestion sont en constante évolution. Face à cette évolution des fonctions et des compétences attendues, le référentiel propose des

activités visant à s'approprier les fondamentaux de la durabilité dans l'économie, se positionner sur les marchés étrangers,

activer les leviers web marketing, réseaux sociaux, mobiles...

La comptabilité et l'analyse financière sont, quant à elles, orientées comme de réelles activités support aux activités commerciales et marketing.

ACTIVITÉS VISÉES

Contribuer à définir la stratégie marketing et assurer sa mise en œuvre

Principales activités:

- L'analyse du positionnement d'une offre sur le marché national ou international
- L'élaboration de préconisations marketing
- La mise en œuvre et l'évaluation d'un plan de communication intégrant le digital
- La mobilisation de réseaux, canaux et circuits de distribution
- La communication en interne et en externe pour promouvoir l'offre de l'entreprise

Participer à la politique commerciale et commercialiser l'offre de l'entreprise:

- L'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation d'un plan d'actions commerciales
- La fidélisation commerciale

- La prospection commerciale
- La gestion d'un portefeuille clients
- La négociation commerciale, sur un marché français ou à l'étranger

Maîtriser les fondements de la Gestion budgétaire et de l'analyse financière

Principales activités:

- L'établissement de prix et de calculs de rentabilité
- Le renseignement d'indicateurs d'activités, de résultats et de performance
- L'analyse de tableaux de bord, de documents comptables et financiers
- La gestion d'une unité et le suivi de la performance attendue
- L'élaboration d'un budget et son évaluation

Manager un projet, une activité, une équipe

Principales activités:

- Le pilotage de projet
- Le management d'équipe
- L'animation et la motivation au quotidien
- L'optimisation des résultats individuels et collectifs

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire de la certification est capable de:

- Utiliser les méthodes et outils de veille en utilisant diverses sources informationnelles nationales ou internationales.
- Choisir la typologie des études de marché la plus appropriée selon les informations à recueillir.
- Organiser la collecte et le traitement des informations macro et micro environnementales par différents canaux et outils numériques.
- Identifier et mobiliser les réseaux, canaux et circuits de distribution.
- Définir une stratégie Marketing adaptée aux nouveaux enjeux économiques en intégrant éthique et RSE
- Elaborer un plan de développement Marketing accès produit, prix et distribution en lien avec la politique de l'entreprise
- Gérer une marque comme un actif stratégique
- Définir une stratégie de Marketing Digital dans le respect de la campagne définie et des moyens, et en veillant à la e-réputation de l'entreprise.
- Intégrer le marketing participatif dans l'élaboration de la stratégie de communication.
- Présenter et justifier auprès de sa direction un plan de communication qui mobilise divers médias, canaux et circuits.
- Intégrer les enjeux de l'intelligence économique au sein de l'entreprise
- Intégrer la logistique comme un facteur de compétitivité pour l'entreprise
- Définir une stratégie d'achats
- Définir un plan d'actions commerciales et mesurer la performance Définir et quantifier des objectifs opérationnels d'un plan d'actions commerciales
- Elaborer un mix d'actions commerciales à mettre en œuvre
- Organiser les opérations à mener, les prioriser, les planifier, les budgétiser
- Elaborer et mettre en place les tableaux de bord permettant de rendre compte des résultats d'activité
- Analyser les résultats, identifier les écarts et en déduire des axes de progrès
- Communiquer le plan d'actions commerciales en interne/externe
- Mener une négociation commerciale complète
- Préparer une négociation commerciale : identifier et analyser les besoins du client, le marché étranger si besoin et les risques inhérents à l'import / export
- Elaborer une proposition commerciale
- Mener une négociation commerciale en français ou dans un contexte pluriculturel
- Conclure la vente en respectant la réglementation et la politique tarifaire de l'entreprise
- Elaborer des documents commerciaux (réponses à cahier des charges, contrats, facture) comportant un volet juridique et intégrant la couverture des risques.
- Mettre en œuvre des actions de prospection et de fidélisation
- Expertiser un portefeuille, repérer ses grands comptes et identifier ses prospects
- Concevoir un programme mix de fidélisation et de prospection, ainsi que les modalités de son suivi
- Evaluer la pertinence des programmes mis en œuvre dont la mesure de la satisfaction client et la relation après-

vente

- S'approprier les tableaux permettant l'analyse financière d'une entreprise, calculer les ratios-clés de mesure de sa performance, établir des états prévisionnels pour valider la faisabilité des projets présentés
- Exploiter les données de la comptabilité générale de l'entreprise, d'une entité...
- Analyser les charges (directes, indirectes, variables, fixes...) de l'entreprise, entité, unité...
- Intégrer les contraintes fiscales, juridiques et comptables applicables à l'entreprise pour mettre en place des indicateurs de contrôle de la performance
- Déployer les procédures de collecte des données, accompagner et contrôler leur application auprès des parties prenantes
- Proposer/développer/adapter le système de calcul des coûts le plus pertinent pour l'entreprise
- Mener une étude sur les coûts constatés, intégrant l'analyse du fonctionnement de l'entreprise en termes de métiers, tâches, centres d'analyse
- Elaborer des rapports et rédiger des préconisations pour la mise en œuvre d'actions correctives
- Etablir le budget de son entité, suivre son application et analyser les écarts
- Réaliser le reporting ascendant et descendant
- Comprendre le fonctionnement managérial d'une entreprise et son positionnement
- Organiser les grandes étapes du projet : avant-projet, définition, pilotage, capitalisation
- Etablir un phasage (planification des étapes)
- Bâtir un business plan pour une analyse de faisabilité
- Contrôler l'avancement et gérer les risques
- Communiquer dans le cadre et autour du projet
- Prendre en compte l'environnement juridique du travail pour collaborer avec le service des ressources humaines (dans les phases de recrutement d'un collaborateur, d'évaluation, pendant le parcours professionnel...)
- Identifier les besoins en compétences et participer à la constitution de son équipe
- Déterminer les critères d'évaluation de la performance applicable à une équipe, mesurer la contribution individuelle
- Communiquer dans le cadre et autour du projet/ entité pour susciter l'adhésion et développer son réseau professionnel

Blocs de compétences

RNCP39428BC01 — Contribuer à définir la stratégie marketing et assurer sa mise en œuvre

LISTE DE COMPÉTENCES

- Utiliser les méthodes et outils de veille en utilisant diverses sources informationnelles nationales ou internationales.
- Choisir la typologie des études de marché la plus appropriée selon les informations à recueillir.
- Organiser la collecte et le traitement des informations macro et micro environnementales par différents canaux et outils numériques.
- Identifier et mobiliser les réseaux, canaux et circuits de distribution.
- Définir une stratégie Marketing adaptée aux nouveaux enjeux économiques en intégrant éthique et RSE
- Elaborer un plan de développement Marketing accès produit, prix et distribution en lien avec la politique de l'entreprise
- Gérer une marque comme un actif stratégique
- Définir une stratégie de Marketing Digital dans le respect de la campagne définie et des moyens, et en veillant à la e-réputation de l'entreprise.
- Intégrer le marketing participatif dans l'élaboration de la stratégie de communication.
- Présenter et justifier auprès de sa direction un plan de communication qui mobilise divers médias, canaux et circuits.
- Intégrer les enjeux de l'intelligence économique au sein de l'entreprise
- Intégrer la logistique comme un facteur de compétitivité pour l'entreprise
- Définir une stratégie d'achats

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

En formation initiale :

Réaliser un audit Marketing sous forme d'étude de cas. Production écrite et individuelle.

Présenter et argumenter d'un plan de communication.

Production orale individuelle ou collective (3 personnes au maximum)
En formation continue : mêmes épreuves ou portefeuille de preuves

RNCP39428BC02 — Participer à la politique commerciale et commercialiser l'offre de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir un plan d'actions commerciales et mesurer la performance Définir et quantifier des objectifs opérationnels d'un plan d'actions commerciales
- Elaborer un mix d'actions commerciales à mettre en œuvre
- Organiser les opérations à mener, les prioriser, les planifier, les budgétiser
- Elaborer et mettre en place les tableaux de bord permettant de rendre compte des résultats d'activité
- Analyser les résultats, identifier les écarts et en déduire des axes de progrès
- Communiquer le plan d'actions commerciales en interne/externe
- Mener une négociation commerciale complète
- Préparer une négociation commerciale : identifier et analyser les besoins du client, le marché étranger si besoin et les risques inhérents à l'import / export
- Elaborer une proposition commerciale
- Mener une négociation commerciale en français ou dans un contexte pluriculturel
- Conclure la vente en respectant la réglementation et la politique tarifaire de l'entreprise
- Elaborer des documents commerciaux (réponses à cahier des charges, contrats, facture) comportant un volet juridique et intégrant la couverture des risques.
- Mettre en œuvre des actions de prospection et de fidélisation
- Expertiser un portefeuille, repérer ses grands comptes et identifier ses prospects
- Concevoir un programme mix de fidélisation et de prospection, ainsi que les modalités de son suivi
- Evaluer la pertinence des programmes mis en œuvre dont la mesure de la satisfaction client et la relation après-vente

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

Elaborer un plan de développement commercial en France et/ou à l'international

Mener une négociation commerciale en français et/ou en langue étrangère

En formation continue : mêmes épreuves ou portefeuille de preuves

RNCP39428BC03 — Maîtriser les fondements de la gestion budgétaire et de l'analyse financière

LISTE DE COMPÉTENCES

- S'approprier les tableaux permettant l'analyse financière d'une entreprise, calculer les ratios-clés de mesure de sa performance, établir des états prévisionnels pour valider la faisabilité des projets présentés
- Exploiter les données de la comptabilité générale de l'entreprise, d'une entité...
- Analyser les charges (directes, indirectes, variables, fixes...) de l'entreprise, entité, unité...
- Intégrer les contraintes fiscales, juridiques et comptables applicables à l'entreprise pour mettre en place des indicateurs de contrôle de la performance
- Déployer les procédures de collecte des données, accompagner et contrôler leur application auprès des parties prenantes
- Proposer/développer/adapter le système de calcul des coûts le plus pertinent pour l'entreprise
- Mener une étude sur les coûts constatés, intégrant l'analyse du fonctionnement de l'entreprise en termes de métiers, tâches, centres d'analyse
- Elaborer des rapports et rédiger des préconisations pour la mise en œuvre d'actions correctives
- Etablir le budget de son entité, suivre son application et analyser les écarts
- Réaliser le reporting ascendant et descendant

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les candidats doivent présenter les productions suivantes :

En formation initiale

Calculer le coût réel d'un produit ou commenter la rentabilité d'une gamme de produit

Réaliser une analyse budgétaire : élaborer une note de synthèse ou établir un budget prévisionnel

Commenter la situation financière d'une entreprise

En formation continue

Mêmes épreuves ou portefeuille de preuves

RNCP39428BC04 — Manager un projet, une activité, une équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

- Comprendre le fonctionnement managérial d'une entreprise et son positionnement
- Organiser les grandes étapes du projet : avant-projet, définition, pilotage, capitalisation
- Etablir un phasage (planification des étapes)
- Bâtir un business plan pour une analyse de faisabilité
- Contrôler l'avancement et gérer les risques
- Communiquer dans le cadre et autour du projet
- Prendre en compte l'environnement juridique du travail pour collaborer avec le service des ressources humaines (dans les phases de recrutement d'un collaborateur, d'évaluation, pendant le parcours professionnel...)
- Identifier les besoins en compétences et participer à la constitution de son équipe
- Déterminer les critères d'évaluation de la performance applicable à une équipe, mesurer la contribution individuelle
- Communiquer dans le cadre et autour du projet/ entité pour susciter l'adhésion et développer son réseau professionnel

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Un projet action réellement mené au cours du programme, en individuel ou collectif (3 personnes max) donnant lieu à :

un dossier écrit et une soutenance orale

En formation continue : mêmes épreuves ou portefeuille de preuves

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les emplois sont occupés dans les entreprises de toutes tailles :

- Les petites et moyennes entreprises offrent 52% des emplois ;
- Les entreprises de taille intermédiaire et les grands groupes offrent 29% des emplois ;
- Les micro-entreprises regroupent 19% des emplois.

Tous les secteurs d'activités accueillent des certifiés. Les secteurs du commerce et de la distribution, des finances, de l'industrie et des services aux entreprises regroupent 56% des emplois occupés.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Conseiller Commercial, Chargé de clientèle,

Responsable commercial,

Chargé de mission, d'études marketing, Responsable marketing, Gestionnaire d'unité ou d'entreprise, Analyste de gestion d'entreprise, Contrôleur de gestion

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)	Élevée (4/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 793 €

Familles professionnelles (FAP)	L1X60 — Employés de la comptabilité · 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) 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)	58 212
Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	L1X60 — Employés de la comptabilité L4X81 — Techniciens et agents de maîtrise des services financiers ou comptables L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) 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, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour le primo-apprenant:

- Pour une entrée en 1ère année : Baccalauréat toutes filières obtenu ou diplôme ou titre étranger admis en équivalence.
- Pour les salariés en formation continue: 3 années d'expérience professionnelle et satisfaire aux épreuves de sélection de l'EGC d'Occitanie.

L'admission s'effectue sur dossier, test de positionnement et entretien de motivation.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, VAE

La procédure de nomination des jurys d'admission et de fin d'études (diplôme) s'effectue dans le respect des règles fixées par l'arrêté du 8 mars 2001 relatif aux diplômes délivrés par les établissements d'enseignement supérieur privés et consulaires habilités à délivrer un diplôme revêtu du visa ministériel.

La composition et la date de réunion des jurys sont soumises au Recteur de l'Académie de Toulouse, au plus tard, un mois avant la date prévue de ladite réunion.

Le jury est composé

:

- d'un président : professeur ou d'un maître de conférences, enseignant chercheur d'une université d'Occitanie,
- d'un vice président : professeur ou d'un maître de conférences, enseignant chercheur d'une université d'Occitanie,
- d'un Inspecteur pédagogique régional, représentant la Rectrice de la région académique Occitanie
- du directeur de l'EGC d'Occitanie
- des responsables de chaque campus de l'EGC d'Occitanie

La composition du jury fait l'objet d'un arrêté annuel de la région académique Occitanie

COMPOSITION DU JURY — CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

La procédure de nomination des jurys d'admission et de fin d'études (diplôme) s'effectue dans le respect des règles fixées par l'arrêté du 8 mars 2001 relatif aux diplômes délivrés par les établissements d'enseignement supérieur

privés et consulaires habilités à délivrer un diplôme revêtu du visa ministériel.

La composition et la date de réunion des jurys sont soumises au Recteur de l'Académie de Toulouse, au plus tard, un mois avant la date prévue de ladite réunion.

Le jury est composé

:

- d'un président : professeur ou d'un maître de conférences, enseignant chercheur d'une université d'Occitanie,
- d'un vice président : professeur ou d'un maître de conférences, enseignant chercheur d'une université d'Occitanie,
- d'un Inspecteur pédagogique régional, représentant la Rectrice de la région académique Occitanie
- du directeur de l'EGC d'Occitanie
- des responsables de chaque campus de l'EGC d'Occitanie

La composition du jury fait l'objet d'un arrêté annuel de la région académique Occitanie

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	7 604 €
Selon la branche	6 000 € – 7 702 €
Prise en charge	Branches concernées
7 604 €	Valeur par défaut · 205 branches
7 702 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat, CPNEFP des jardineries et graineteries
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 440 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2029
Date de dernière délivrance possible	31/08/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	64	0	100 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP34609

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.egc-occitanie.fr/>

Fiche officielle (France Compétences)

