

Diplôme supérieur en marketing, commerce et gestion

RNCP39545 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310
Formacode(s)	32054
Code(s) ROME	D1402, M1704, M1705, M1204, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2028

Certificateur(s)

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

CHAMBRE COMMERCE INDUSTRIE DE L'YONNE · SIRET : 18890911300121

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitatio n
ASS DE GESTION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS SUPERIEUR DE BOURGOGNE	5087646510002 4	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

En 2008, CCI Yonne Pôle Formation intègre, dans son bouquet de formations, la certification du diplôme supérieur en marketing, commerce et gestion (EGC Sens). En effet, l'analyse de l'offre existante et des besoins exprimés par les entreprises dans l'Yonne à cette époque met en évidence la nécessité et la pertinence de déployer une offre qualifiante et diplômante post Baccalauréat en 3 ans dans le domaine commercial.

Le programme du diplôme supérieur en marketing, commerce et gestion (EGC Sens) est le seul dans l'Yonne à proposer une expérience immersive en entreprise et à l'étranger pour tous ses étudiants. Son contenu se singularise par sa dimension pluridisciplinaire en marketing, commerce, gestion qui permet aux diplômés d'envisager des carrières professionnelles en France et à l'International.

Le programme se caractérise également par sa proximité nourrie, enrichie et entretenue avec le monde professionnel local. C'est ce qui est à l'origine de sa création et qui fonde son développement depuis. Il s'agit donc de conforter les liens avec le monde économique en leur proposant toutes les solutions d'accueil d'un apprenant : stages, jobs étudiants, apprentissage et immersion professionnelle.

CCI Yonne Pôle Formation développe l'alternance dès la seconde année du programme du diplôme supérieur en marketing, commerce et gestion (EGC Sens) à partir de la rentrée 2023 afin de répondre aux besoins du monde économique du territoire.

ACTIVITÉS VISÉES

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

Dans le respect des orientations générales de l'entreprise et en lien avec les services concernés, mobiliser les méthodes et les outils du

marketing pour valoriser l'offre de l'entreprise. 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

Développer l'activité commerciale de l'entreprise.

Dans le respect de la réglementation et de la politique tarifaire de l'entreprise, mener des actions commerciales pour maximiser les potentiels de sa zone/ produit. Principales activités :

·

L'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation d'un plan d'actions commerciales (PAC). · La négociation commerciale, sur un marché français ou à l'étranger. · La gestion d'un portefeuille clients · La fidélisation et la prospection commerciale.

Mesurer et contrôler la performance d'une activité.

Dans le cadre du pilotage de son entité, estimer et contrôler la rentabilité d'un produit ou d'une activité. Mesurer la performance de

l'organisation. 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 d'activité, de documents comptables et financiers

· La gestion

d'une unité et le suivi de la performance attendue

Manager un projet, une activité, une équipe

Dans un contexte hiérarchique ou non hiérarchique, assurer le management d'une équipe ou d'une activité pour atteindre les objectifs fixés par sa direction 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 est capable : ·

- Réaliser une veille (marché, secteur d'activité, entreprise ...) en utilisant diverses sources informationnelles nationales comme internationales
- En utilisant les méthodes et outils du marketing, mener une analyse de son environnement concurrentiel, pour un positionnement optimal sur son marché
- A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, élaborer un plan marketing qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits.
- Afin d'atteindre les résultats fixés dans le plan marketing, préciser le calendrier et les moyens nécessaires pour le déploiement de la stratégie à mettre en œuvre
- En relation avec les services financiers, élaborer le budget prévisionnel pour l'opération en relation avec le service financier et les indicateurs du suivi.
- Déployer le plan en mobilisant les événements, les canaux et circuits et en utilisant des outils d'animation, de communication et de promotion
- En complément des supports traditionnels, activer les leviers web marketing réseaux sociaux, Mobiles / tactiles... dans le respect de la campagne définie et des moyens disponibles, et en veillant à la e-réputation de l'entreprise et à la sécurisation des datas
- A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, présenter et justifier auprès de sa direction un plan de communication qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits
- En tenant compte du plan marketing ainsi que des enseignements des précédents plans commerciaux et du potentiel de son portefeuille, repérer les orientations à privilégier pour l'élaboration d'un nouveau PAC (Plan d'actions

commerciales), en relation avec les différentes directions de l'entreprise

- A partir des orientations retenues, planifier un plan d'actions commerciales en priorisant les actions et les moyens.
- Mettre en œuvre un programme mix de fidélisation et de prospection pour développer ou défendre son portefeuille dans le respect du plan d'actions, ainsi que les outils de son suivi
- A partir du renseignement des tableaux de suivi du PAC (Plan d'actions commerciales), évaluer la performance du plan d'actions en tenant compte des résultats de la concurrence
- Proposer à sa direction des actions correctives au regard des résultats et des objectifs commerciaux à atteindre
- A partir des informations recueillies sur le client et sur le marché, et dans le respect des consignes commerciales fixées par l'entreprise, déterminer le champ d'adéquation entre les besoins du client et les capacités de réponses de l'entreprise
- Après avoir vérifié l'intérêt à agir, structurer une proposition commerciale et préparer les documents supports de l'argumentaire.
- Conduire un entretien, en français ou dans un contexte international, en adaptant sa stratégie au déroulement de l'entretien · Seul ou avec l'appui de son supérieur, conclure une négociation en vérifiant l'accord du client sur les différents termes de la proposition commerciale
- A l'issue de la négociation, avec l'appui du service juridique, élaborer des documents commerciaux
- En collaboration avec les autres services de l'entreprise, déterminer le coût réel d'un produit en prenant en compte toutes les charges de l'entreprise.
- Estimer la viabilité économique d'un projet ou d'un produit à partir du calcul de ratios-clés et d'un état prévisionnel.
- En intégrant les obligations légales et les engagements en termes de responsabilité sociale et sociétale, établir des indicateurs et tableaux de bord sur la performance générale attendue.
- Dans le cadre des démarches d'amélioration continue, déployer des procédures de collecte de données, en veillant à leur application auprès des parties prenantes
- A partir des données collectées et des indicateurs de gestion, établir des budgets et des comptes rendus d'activité en prévisionnels et en rectificatifs
- Au regard des charges et recettes constatés et en lien avec les autres services de l'entreprise, analyser le fonctionnement de l'entreprise en termes de métiers, tâches, unités.
- Afin de mesurer la performance d'une activité ou d'une entreprise, contribuer à l'élaboration de rapports d'audit permettant de déterminer des actions correctives pour améliorer la rentabilité de l'entreprise.
- En fonction des objectifs fixés et des besoins en compétences identifiés, participer à la constitution de son équipe en déterminant les ressources humaines nécessaires à son activité
- Dans le respect des résultats attendus, et afin d'obtenir une validation de la direction, établir le phasage d'un projet et une analyse de faisabilité en identifiant les risques, le business plan et le chemin critique.
- Afin d'optimiser l'organisation de l'équipe, définir l'activité en répartissant les tâches et en précisant les résultats individuels attendus
- En accord avec sa direction, communiquer dans le cadre et autour du projet au regard des objectifs et du planning défini en contrôlant son avancement et en identifiant des ajustements potentiels à réaliser.
- Par la collaboration avec les services concernés, contribuer à un climat social serein et à l'épanouissement professionnel de son équipe en respectant la législation en vigueur dans toutes les phases du management (recrutement, évaluation, évolution de parcours).
- Afin de susciter l'adhésion et la motivation de son équipe, communiquer par différents canaux en partageant les informations et en rappelant les objectifs
- Afin d'optimiser les résultats de son équipe et effectuer des comptes rendus auprès de sa hiérarchie, identifier les critères d'évaluation de la performance applicable à l'équipe et à chaque individu, en fonction des objectifs fixés collectivement et individuellement
- Afin de valoriser son activité et présenter ses résultats, développer son réseau professionnel dans le respect de l'entreprise

Blocs de compétences

RNCP39545BC01 — Contribuer à définir la stratégie marketing et assurer sa mise en œuvre

LISTE DE COMPÉTENCES

Dans le respect des orientations générales de l'entreprise et en lien

avec les services concernés, mobiliser les méthodes et les outils du marketing pour valoriser l'offre de l'entreprise.

- Réaliser une veille (marché, secteur d'activité, entreprise...) , en utilisant diverses sources informationnelles nationales comme internationales
- En utilisant les méthodes et outils du marketing, mener une analyse de son environnement concurrentiel, pour un positionnement optimal sur son marché
- A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, élaborer un plan marketing qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits.
- Afin d'atteindre les résultats fixés dans le plan marketing, préciser le calendrier et les moyens nécessaires pour le déploiement de la stratégie à mettre en œuvre.
- En relation avec les services financiers, élaborer le budget prévisionnel pour l'opération en relation avec le service financier et les indicateurs du suivi.
- Déployer le plan en mobilisant les événements, les canaux et circuits et en utilisant des outils d'animation, de communication et de promotion
- En complément des supports traditionnels activer les leviers web marketing, réseaux sociaux, Mobiles / tactiles... dans le respect de la campagne définie et des moyens disponibles, et en veillant à la e-réputation de l'entreprise et à la sécurisation des datas
- A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, présenter et justifier auprès de sa direction un plan de communication qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Réalisation d'un Audit Marketing Étude de cas, épreuve individuelle, production écrite

Présentation d'un plan de communication en français et/ou dans une langue étrangère

Mise en situation, épreuve

individuelle ou collective (4 personnes max), production orale

RNCP39545BC02 — Développer l'activité commerciale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Dans le respect de la réglementation et de la politique tarifaire de l'entreprise, mener des actions commerciales pour maximiser les potentiels de sa zone/ produit.

- En tenant compte du plan marketing ainsi que des enseignements des précédents plans commerciaux et du potentiel de son portefeuille, repérer les orientations à privilégier pour l'élaboration d'un nouveau PAC (Plan d'actions commerciales), en relation avec les différentes directions de l'entreprise
- A partir des orientations retenues, planifier un plan d'actions commerciales en priorisant les actions et les moyens.
- Mettre en œuvre un programme mix de fidélisation et de prospection pour développer ou défendre son portefeuille dans le respect du plan d'actions, ainsi que les outils de son suivi
- A partir du renseignement des tableaux de suivi du PAC (Plan d'actions commerciales), évaluer la performance du plan d'actions en tenant compte des résultats de la concurrence
- Proposer à sa direction des actions correctives

au regard des

résultats et des objectifs commerciaux à atteindre

- A partir des informations recueillies sur le client et sur le marché, et dans le respect des consignes commerciales fixées par l'entreprise, déterminer le champ d'adéquation entre les besoins du client et les capacités de réponses de l'entreprise

- Après avoir vérifié l'intérêt à agir,

structurer une proposition

commerciale et préparer les documents supports

de l'argumentaire.

- Conduire un entretien, en français ou dans un contexte international, en adaptant sa stratégie au déroulement de l'entretien

- Seul ou avec l'appui de son supérieur,

conclure une négociation en vérifiant l'accord du client sur les différents termes de la proposition commerciale

- A l'issue de la négociation, avec l'appui du service juridique,

élaborer des documents commerciaux

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Élaboration d'un plan de développement commercial

Étude de cas,

épreuve individuelle, production

écrite

Conduite d'une

négociation

commerciale

en français et/ou dans une langue étrangère

Mise en situation, épreuve individuelle ou en duo, production orale

RNCP39545BC03 — Mesurer et contrôler la performance d'une activité

LISTE DE COMPÉTENCES

Dans le cadre du pilotage de son entité, estimer et contrôler la rentabilité d'un produit ou d'une activité. Mesurer la performance de l'organisation

- A l'issue de la négociation, avec l'appui du service juridique, élaborer des documents commerciaux

- En collaboration avec les autres services de l'entreprise, déterminer le coût réel d'un produit en prenant en compte toutes les charges de l'entreprise.

- Estimer la viabilité économique d'un projet ou d'un produit à partir du calcul de ratios-clés et d'un état prévisionnel.

- En intégrant les obligations légales et les engagements en termes de responsabilité sociale et sociétale,

établir des indicateurs et tableaux de bord sur la performance générale attendue.

- Dans le cadre des démarches d'amélioration continue,

déployer des procédures de collecte de données,

en veillant à leur application auprès des parties prenantes

- A partir des données collectées et des indicateurs de gestion, établir des budgets et des comptes rendus d'activité en prévisionnels et en rectificatifs

- Au regard des charges et recettes constatés et en lien avec les

autres services de l'entreprise, analyser le fonctionnement de l'entreprise en termes de métiers, tâches, unités.

- Afin de mesurer la performance d'une activité ou d'une entreprise, contribuer à l'élaboration de rapports d'audit permettant de déterminer

des actions correctives pour améliorer la rentabilité de l'entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Calcul du coût réel d'un produit et établissement d'un budget prévisionnel

Étude de cas, épreuve individuelle, production

écrite

Élaboration d'un rapport d'audit

RNCP39545BC04 — Manager un projet, une activité, une équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

Dans un contexte hiérarchique ou non hiérarchique, assurer le management d'une équipe ou d'une activité pour atteindre les objectifs fixés par sa direction

- En fonction des objectifs fixés et des besoins en compétences identifiés, participer à la constitution de son équipe en déterminant les ressources humaines nécessaires à son activité
- Dans le respect des résultats attendus, et afin d'obtenir une validation de la direction, établir le phasage d'un projet et une analyse de faisabilité en identifiant les risques, le business plan et le chemin critique.
- Afin d'optimiser l'organisation de l'équipe, définir l'activité en répartissant les tâches et en précisant les résultats individuels attendus
- En accord avec sa direction, communiquer dans le cadre et autour du projet au regard des objectifs et du planning défini en contrôlant son avancement et en identifiant des ajustements potentiels à réaliser.
- Par la collaboration avec les services concernés, contribuer à un climat social serein et à l'épanouissement professionnel de son équipe en respectant la législation en vigueur dans toutes les phases du management (recrutement, évaluation, évolution de parcours).
- Afin de susciter l'adhésion et la motivation de son équipe, communiquer par différents canaux en partageant les informations et en rappelant les objectifs
- Afin d'optimiser les résultats de son équipe et effectuer des comptes rendus auprès de sa hiérarchie, identifier les critères d'évaluation de la performance applicable à l'équipe et à chaque individu, en fonction des objectifs fixés collectivement et individuellement
- Afin de valoriser son activité et présenter ses résultats, développer son réseau professionnel dans le respect de l'entreprise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Gestion de projet

- Mise en situation, épreuve individuelle ou collective (4 personnes max), donnant lieu à une production écrite et orale

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les emplois sont occupés dans les entreprises de toutes tailles. Tous les secteurs d'activités accueillent les certifiés. Les secteurs du commerce du détail et de la grande distribution, des finances (secteur bancaire et assurances), de l'industrie et des services aux entreprises regroupent la majorité des emplois occupés.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chargé de clientèle, Commercial, Chargé de communication, Contrôleur de gestion, Assistant RH, Responsable des ventes / achats /marketing, Assistant import-export

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, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour le primo-apprenant:

Entrée en

1ère année : Baccalauréat toutes filières obtenu ou diplôme ou titre étranger admis en équivalence.

Entrée en 2nde ou

3ème année, l'admission s'effectue sur dossier, test de positionnement et entretien de motivation.

Pour les salariés en formation continue: 3

années d'expérience professionnelle et satisfaire aux épreuves de sélection de l'EGC Sens

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

La procédure de nomination des jurys de certification 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 et les consignes figurant dans le BO n°26 du 27/06/2024. Le Jury de validation de la certification est composé de :

- Un Président et un vice président du jury, enseignants-chercheurs,
- Un représentant des dirigeants d'entreprises du territoire
- Un représentant des salariés ou cadres d'entreprises du territoire
- Un représentant du conseil pédagogique de l'EGC Sens

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	7 702 €
Selon la branche	7 500 € – 8 050 €
Prise en charge	Branches concernées
7 702 €	Valeur par défaut · 208 branches
8 050 €	CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2028
Date de dernière délivrance possible	31/08/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	11	0	70 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35645

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP35645

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

EGC Sens

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39545/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).